ESCUELITA DE COMUNICACIÓN POPULAR DE LOS PUEBLOS



MÓDULO I Y II: Introducción a la Comunicación Popular y Radio Comunitaria

Introducción a la Comunicación Popular y la Radio Comunitaria

Manuales de Capacitación y Formación
de la Escuela de Comunicación Popular de los Pueblos

COMPPA
Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

Segunda Edición	Julio 2012
Redacción	COMPPA
Diseño y Diagramación	María Antonia Lira Hernández, Liliana Morales y Henry Sipaque
Portada e Ilustraciones	Rafael Baca y Genevieve Roudané

Este manual fue posible gracias al apoyo financiero de:







Susan Shaw

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos los compañeros y las compañeras de nuestras organizaciones hermanas, con las cuales hemos venido caminando, construyendo, aprendiendo y soñando en estos años de trabajo, en particular:

Guatemala

- *Radio Libertad*
- *Comunidades de Población en Resistencia –*
- *Petén (CPR-Petén)*

- *Radio Unión 31 de Mayo*
- *Comunidades de Población en Resistencia –*
- *Sierra (CPR-Sierra)*

- *Radio Chamtaq'a*
- *La Otra Cooperativa*
- *Unión Verapacense de Organizaciones*
- *Campesinas (UVOC)*

Honduras

- *La Voz Lenca AM*
- *La Voz Lenca FM*
- *Radio Guarajambala FM*
- *Consejo Cívico de Organizaciones Populares e Indígenas de Honduras (COPINH)*

- *Faluma Bimetu FM*
- *Radio Durugubuti Beibei FM*
- *Radio Sugua FM*
- *Radio Waruguma FM*
- *Radio Ligarabali Barana FM*
- *Organización Fraternal Negra Hondureña (OFRANEH)*
- *La Voz de Zacate Grande FM*
- *Movimiento por la Recuperación y Titulación de las Tierras de Zacate Grande (ADEPZA)*
- *Radio Orquídea FM*
- *Movimiento Campesino del Aguan (MCA)*

México

- *Red de Radios Caracol*
- *Centro de Apoyo Comunitario Trabajando Juntos (CACTUS)*

- *Red de Radios del Sureste Mexicano*
- *Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo (UCIZONI)*

También a Alfonso Porres, Asociación Luciérnaga Guatemala y a todas las organizaciones, colectivos y personas que han apoyado y acompañado este trabajo, y para las nuevas generaciones de comunicadores y comunicadoras populares.

Además, un agradecimiento a todos y todas las "comppas" quienes aportaron a las distintas etapas de este proceso.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

¡Bienvenidas y bienvenidos a la Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos! Como ya saben, con este primer módulo damos inicio a un proceso de dos años en los cuales iremos compartiendo las experiencias de nuestras comunidades, organizaciones y radios, para así construir un espacio que nos permita aprender juntas y juntos. Pusimos la *"ita"* en Escuelita no para disminuir la importancia de este espacio, sino para diferenciarlo de la idea de *"escuela"* que nos han enseñado: un aula con cuatro paredes con un maestro o maestra, la autoridad, que posee el conocimiento para impartirlo a los y las alumnas, que quedamos como sujetos pasivos en vez de protagonistas de este proceso de formación. Aquí no es así. La Escuelita es también *"de los pueblos"* porque es de cada una y cada uno de nosotros, no es un sólo salón, en un sólo lugar, y no sólo durante los días de cada módulo, sino entre taller y taller, en los lugares donde nos encontremos según las ganas que le echamos. La Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos es un planteamiento de actividades para que vayamos practicando, reflexionando y volviendo de nuevo a la práctica. Lo que vamos aprendiendo se construye de lo que ponemos cada quién, con nuestra participación, preguntas, respuestas, ideas, críticas y autocríticas.

La Escuelita nace tras varios años de trabajo que hemos venido realizando en COMPPA, donde reconocemos la importancia de fomentar una formación integral con continuidad. Asegurando así que cada comunicadora y comunicador de las organizaciones se forme con los elementos, herramientas, conocimientos y habilidades necesarios para poder ejecutar, coordinar, organizar y gestionar el área y los proyectos de comunicación y en particular la radio de su organización con iniciativa, alegría, eficacia, creatividad, combatividad, responsabilidad e intencionalidad de fortalecer la lucha de su organización.

Consiste en 8 módulos temáticos de formación en comunicación popular con un enfoque en particular, pero no limitado, a la radio. Cada módulo contiene 4 ramas de formación general que abarca los temas: Comunicación Popular, Herramientas de Comunicación, Organización Interna y Facilitación, y la parte Técnica.

Cada módulo también contiene temas transversales como Comunicación y Género, Derechos a la Comunicación, Derechos de los Pueblos Indígenas, Trabajo en Red y elementos de Facilitación y Coordinación de proyectos. Una de las metas principales de la escuela es formar Comunicadoras y Comunicadores quienes podrán multiplicar, compartir y formarán la siguiente generación de Comunicadores y Comunicadoras, rompiendo con dependencias y fortaleciendo sus organi-zaciones y proyectos de comunicación.

Aquí, en breve, les presentamos las pautas básicas que estamos planteando para este proceso:





EDUCACIÓN
POPULAR

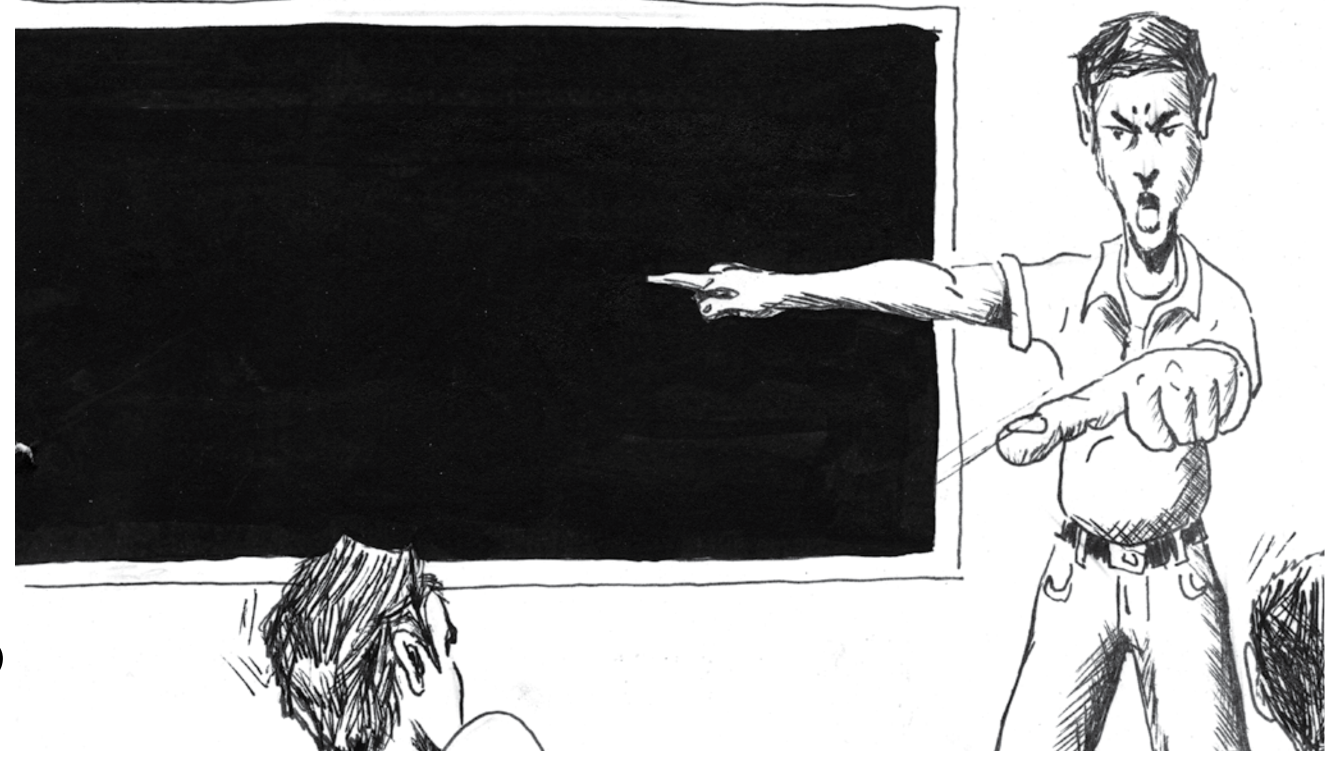
La Escuela de Comunicación Popular de los Pueblos trabaja con una metodología que se llama *"Educación Popular"*. Tras la invasión de América se impuso una manera de educación que intentaba aniquilar a los múltiples pueblos originarios que desde siempre aquí habitaron. En el siglo XX un amplio movimiento educativo desde los movimientos sociales empezó a cuestionar la educación tradicional traída por los invasores, empezó a cuestionar sus métodos autoritarios donde muchas veces se agredía a los alumnos y a las alumnas, y que partía del principio de negar su identidad como personas pertenecientes a pueblos originarios.

De tal manera que tradicionalmente la gente que sale a estudiar ya no regresa a las comunidades, por que la escuela les desarraiga y les enseña el desprecio hacia la comunidad y los valores de los pueblos originarios, para luego jalarlos a trabajar en beneficio de los grupos de poder. Viendo todo esto, muchos grupos, colectivos y organizaciones populares más o menos al mismo tiempo (allá por los años 60s) y en diferentes lados del continente americano fundaron la "Educación Popular", como una manera de plantear otra manera de hacer las cosas, y que esta educación beneficie al pueblo y no a los grupos de poder.

La Educación Popular es diferente de la educación tradicional, no hay maestros o maestras, no hay jefas ni jefes, decimos que hay facilitadores y facilitadoras, coordinadoras y coordinadores, que van ayudando a generar una dinámica colectiva donde se aprende en colectivo, donde no hay alguien que posee el conocimiento, sino que aportando nuestros saberes diferentes construimos un saber más amplio que beneficie a nuestras comunidades.

Por esto, en la Escuelita de Comunicación Popular de los Pueblos, investigamos colectivamente, leemos colectivamente, soñamos colectivamente, hacemos trabajos y ejercicios colectivamente y decidimos en comunidad el presente y el futuro que queremos para nuestros pueblos y comunidades.

Todo esto implica para cada una y cada uno de nosotros una gran responsabilidad pero una que, por estar aquí, estamos cada quien asumiendo con ánimo, energía y combatividad.





Un espacio como éste no se construirá sin que cada una y cada uno ponga su parte, y que junt@s vayamos también superando los miedos y las dudas que este sistema ha implantado en nosotros y nosotras.

Nos han enseñado a que no somos capaces de aprender si no hay una persona considerada como profesional que nos imparte su conocimiento, pero nosotr@s creemos que entre tod@s, podemos construir este conocimiento de una forma que parte de nuestras experiencias, culturas, idiomas y pueblos para el beneficio de éstos.

Así que les pedimos también que sean protagonistas para la construcción de este espacio, preguntar cuando algo no nos queda claro o si no estamos de acuerdo con algo, que también seamos crític@s y autocrític@s dando nuestra opinión en los espacios de reflexión y evaluación sobre los contenidos, actividades y nuestra propia participación. En esta Escuelita no hay exámenes, cada quien hace su autoevaluación de sus avances y de lo que le hace falta aprender, y eso también forma parte del autoaprendizaje y de la Educación Popular.

ACUERDOS
DE TRABAJO

En estas capacitaciones estamos proponiendo los Acuerdos de Trabajo. Esto es distinto de un Reglamento.

El reglamento son una serie de reglas o leyes, que una institución nos obliga a cumplir para participar en alguna actividad, sin preguntarnos si estamos de acuerdo o no.

Creemos que como la Escuelita es de cada una y cada uno de nosotros tenemos que asumir también la responsabilidad colectiva de acordar cómo queremos trabajar durante cada módulo para poder cumplir con los tiempos y contenidos de una forma alegre, eficaz y respetuosa.

Así al principio de cada capacitación hacemos unos Acuerdos de Trabajo, que son las cosas que colectivamente creemos son necesarias para hacer bien los trabajos y cumplir con nuestros objetivos al venir a las capacitaciones. Los Acuerdos de Trabajo son una decisión colectiva, que nadie nos impone, por lo que es necesario que participemos en su elaboración.

Al principio nos parecerá raro participar y proponer algún acuerdo, por que luego llegamos a acostumbrarnos a que no nos pidan nuestra opinión para imponer un reglamento o una ley. Como aquí lo que proponemos es el Acuerdo de Trabajo, esperamos que todos y todas colaboren en la elaboración de estos acuerdos colectivos. Creemos que es muy importante que cada persona que participe diga como cree que debe ser el trabajo en grupo dentro de las capacitaciones.





METODOLOGÍA
DE LOS TALLERES

Tras reflexionarlo con las organizaciones con las que iniciamos el proceso, se acordó que los Módulos propuestos durarán 4 días cada uno. En total, son 8 módulos, cada 2 meses aproximadamente. Todo el proceso de la Escuelita dura pues 2 años.

Esto se decidió por las necesidades de las organizaciones y de la gente participante, que no podían abandonar sus comunidades por muchos días, pero que tampoco les era fácil estar saliendo a cada rato para capacitarse.

Además, como COMPPA, valoramos que una capacitación de más de 5 días se hace pesada y al final no se procesan bien los contenidos.

Aunque esto es sólo una propuesta, y que los tiempos en que se de la Escuelita dependerán de cada caso, pensamos que no es conveniente intentar concentrar demasiado los módulos.





METODOLOGÍA
LOS CÍRCULOS DE PRODUCCIÓN Y ESTUDIO

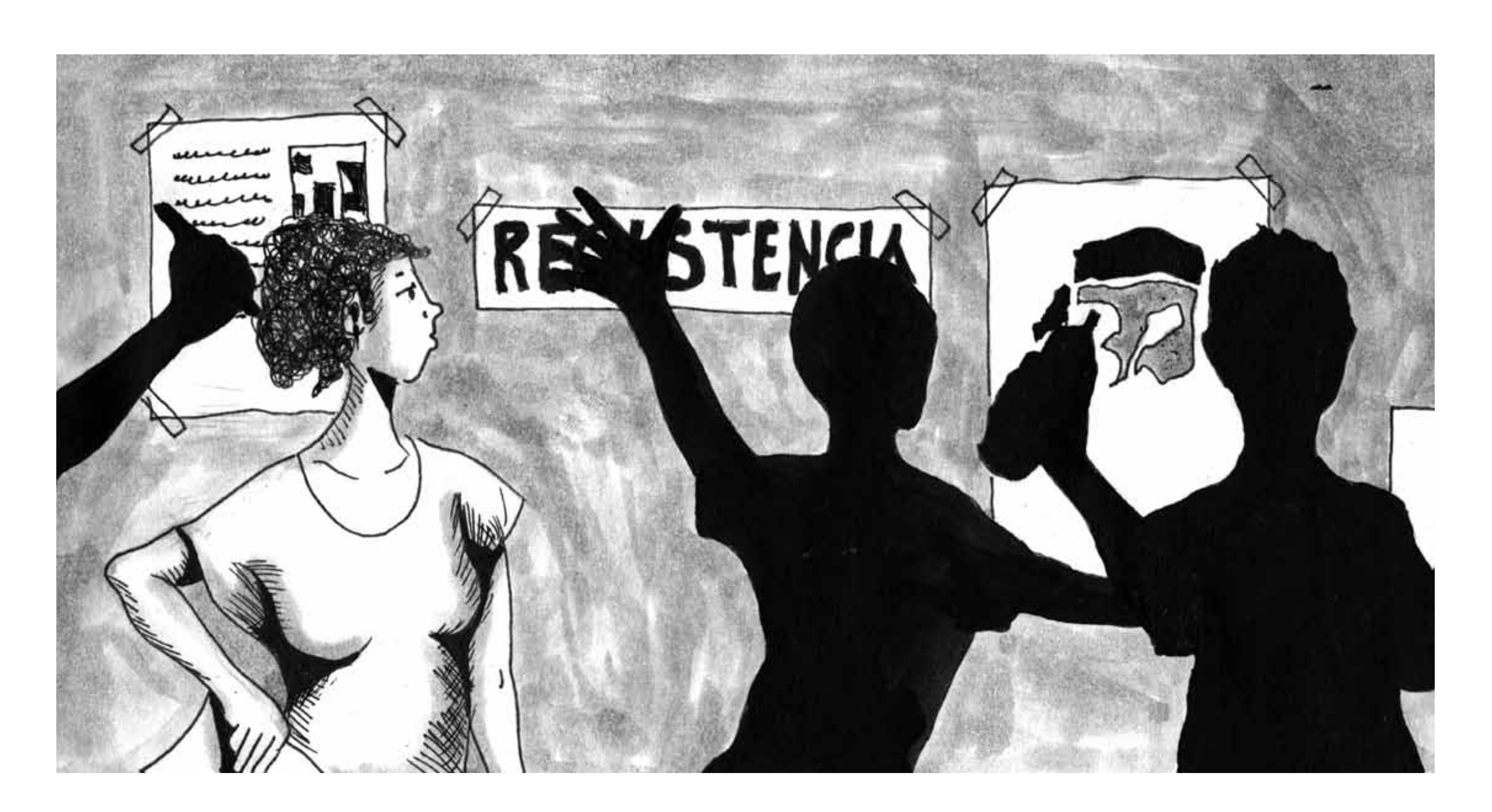
Los círculos de estudio y producción son fundamentales para el funcionamiento de la Escuelita. ¿Podría funcionar la Escuelita como la estamos planteando si en vez de 8 módulos a lo largo de dos años, hiciéramos un mes corrido de trabajo intensivo? Nosotras y nosotros en COMPPA pensamos que no por distintas razones.

Primero, los 4 días de cada módulo son bastante intensivos, cargados de contenido que en vez de 4 días, podríamos dedicar un año a cada uno de los temas.

Y si llegáramos a juntar los 8 módulos sería demasiado intenso y en vez de fortalecer nuestro trabajo, terminaríamos quemadas y quemados sin la energía para sacar provecho del tiempo.

Por otro lado, como estamos planteando que todos y todas aprendamos a partir de la práctica, también tiene que haber tiempo precisamente para poner en práctica los contenidos y los ejercicios que vemos en cada módulo.

Entonces, los círculos de producción son los equipos de trabajo de cada radio y organización que trabajarán entre módulo y módulo, para llevar a la práctica el con-



tenido de cada módulo Al igual que también son una manera muy concreta para también fortalecer el área de comunicación de las organizaciones y producir contenidos para cada radio.

Creemos que es muy importante no trabajar de manera aislada, sino que cada comunicador y comunicadora pueda colaborar con otros comunicadores y comunicadoras, y con muchas personas de dentro y fuera de la comunidad para hacer el trabajo de corresponsales comunitarios y en general el trabajo de comunicación para las comunidades y la organización. Para ir generando esta dinámica colectiva, trabajaremos en equipo durante los 4 días de cada módulo tanto en actividades de producción, como de reflexión, que nos permitirá ver las ventajas y también las dificultades de este trabajo en equipo.

Entonces en esta Escuela de Comunicación Popular de los Pueblos, te invitamos a construir conocimiento colectivo, sin pena, sin miedo, y con muchas ganas y energía.

Esto quiere decir tratar de participar lo más posible, no quedarte callada o callado, preguntar cuando tengas dudas, y aportar cuando tengas alguna idea, tener iniciativa, y sumarte a los trabajos colectivos. Tal vez al principio séa difícil, por que estamos acostumbrados y acostumbradas a un mundo donde siempre alguien manda y alguien explota a los otros y a las otras. Como equipo de COMPPA venimos a aprender junto a ustedes, las comunicadoras y comunicadores que participan en la Escuelita, como unos y unas participantes más.

CONTENIDOS DE LOS MÓDULOS

MÓDULO I
Introducción a la Comunicación Popular y sus Herramientas

MÓDULO 1: Introducción a la Comunicación Popular y sus Herramientas

En este módulo los y las participantes tendrán un primer acercamiento a algunos conceptos básicos de la comunicación popular, así como ubicar cuáles son las diferentes herramientas de comunicación popular que pueden usarse.

Comunicación Popular:

- Introducción a la comunicación popular
- Derechos a la comunicación
- Medios comunitarios vs Medios comerciales
- Lectura crítica de medios: cómo nos representan a las mujeres, a los pueblos indígenas y a los pobres
- Los círculos de opresión: sexismo, clasismo y racismo

Herramientas:

- Elaboración de noticias
- Conociendo las herramientas de comunicación popular
- Periódico mural

Organizativo:

- Cómo hacer una reunión
- La Estrategia de comunicación popular
- La red de comunicadores y comunicadoras

Técnico:

- Funcionamiento de la radio comunitaria

MÓDULO II
Información y Herramientas de Comunicación Popular

MÓDULO 2: Información y Herramientas de Comunicación Popular

El enfoque principal del módulo dos es la información y las diferentes herramientas para difundirla. Profundizaremos en la elaboración de la noticia, el boletín, la entrevista y el periódico mural. También nos introduciremos en algunas herramientas de gráfica popular. En la parte técnica, aprenderemos a usar las grabadoras y se llevará a cabo el primer contacto con la computadora.

Comunicación Popular:
- Las fuentes de información
- Legalidad y legitimidad
- Lectura crítica de medios (radio, tv, prensa)
- Sistema Sexo-Género
- El patriarcado: Los círculos sociales que lo refuerzan

Herramientas:
- Noticia, boletín de prensa, entrevista, periódico mural,
- Herramientas gráficas: estencil, volante, cartel, boletín impreso y fanzine
- Identificaciones para la radio

Organizativo:
- Coordinación y administración
- Programación: mapeo de públicos de la comunidad
- Difusión de la comunicación
- El trabajo de la y el corresponsal comunitario
- La red de comunicadores y comunicadoras

Técnico:
- Cuidado y mantenimiento de equipo
- Cables y conectores para computadora y grabadora
- Uso de la grabadora
- Introducción a la computadora: partes internas y externas, prender y apagar, mouse, crear carpetas, ordenar archivos



MÓDULO III
Introducción a la Radio Comunitaria y la Producción Radiofónica

MÓDULO 3: Introducción a la Radio Comunitaria y la Producción Radiofónica

Trataremos los conceptos básicos de la radio comunitaria, así como su importancia para nuestra organización y nuestra comunidad. También se trabajará la producción radiofónica y los pasos para realizar un programa de radio y una cuña. En la parte técnica, aprenderemos a utilizar la mezcladora, y a pasar los audios de nuestras grabadoras a la computadora.

Comunicación Popular:
- El lenguaje en un medio popular
- Derecho a la comunicación de los pueblos indígenas
- Palabras que discriminan: sexistas, clasistas, racistas

Herramientas:
- Introducción a la radio comunitaria: la planeación, el programa, locución, guión, postal sonora, cuña, identificación y noticia
- El circuito de producción radiofónica

Organizativo:
- La barra programática I
- Organización de la radio: organizar materiales, entrada y salida de equipos, formatos administrativos
- Organizar el audio en la computadora

Técnico:
- Edición en caliente
- Cómo funcionan las ondas radioeléctricas
- Cables/conectores y adaptadores de audio
- Tripas del Transmisor
- Cableado de la antena.
- La mezcladora
- Cuidado de equipo: las herramientas de la cabina
- Computadora: Introducción al Audacity, pasar el audio a la computadora

MÓDULO IV
Producción Radiofónica y Creatividad

MÓDULO 4: Producción Radiofónica y Creatividad

El objetivo de este módulo es profundizar en la producción, a través de la realización de formatos radiofónicos en los que se fomenta la creatividad y la imaginación.

Además se trabajará en una fase más avanzada de producción de noticias radiofónicas, y en algunos aspectos de gráfica popular.
Conoceremos el programa de edición de audio Audacity, y sus principales herramientas y funciones para que nos sirva en nuestro trabajo como radialistas.

Comunicación Popular:
- La comunicación popular y la creatividad
- Una mirada crítica a las expresiones culturales

Herramientas:
- Elaboración de campañas, micro-radionovelas, cuñas, identificaciones, noticias cantadas
- Noticias, el flash informativo y el reportaje
- El programa de radio y la programación
- Difusión de volantes, afiches, y estenciles

Organizativo:
- Autogestión
- Organización en la computadora y la cabina
- La barra programática II

Técnico:
- Cuidado del equipo: soldado de cables y uso medidores (SWR y multímetro)
- Diagnóstico básico de transmisor y antena
- Audacity II



MÓDULO V
Computación e Internet para la Radio Comunitaria Introducción al trabajo Técnico

MÓDULO 5: Computación e Internet para la radio comunitaria. Introducción al trabajo Técnico.

El objetivo de este módulo es introducirnos en el Internet, cómo buscar información y publicar noticias, y analizar para qué puede servir esta herramienta en nuestro trabajo en la radio. Conoceremos el Zara Radio, un programa que sirve para automatizar y programar nuestras emisiones de radio. También miraremos formas de autogestionar nuestro proyecto de comunicación, y en lo técnico, aprenderemos a reparar y dar mantenimiento a nuestras computadoras y sistemas de Internet.

Comunicación Popular:
- Análisis crítico de información en internet
- Comunicación popular y nuevas tecnologías
- Difusión e internet
- Memoria Histórica y la invisibilización de las mujeres

Herramientas:
- Introducción a internet: Uso de skype, corre electrónico, navegación en páginas, marcadores establecidos, indymedia y autopublicación y recursos sonoros en internet para la radio

Organizativo:
- Administración y organización avanzada, autogestión

Técnico:
- Introducción a Zara Radio
- Audacity III
- Diagnóstico y mantenimiento de redes de internet: armar una red de internet, cómo diagnosticar cuando el Internet no funciona, cómo checar y cómo hacer los cables
- Antivirus
- Uso de impresora y USB

MÓDULO VI
Computación e Internet Avanzada, Multiplicación

MÓDULO 6: Computación e Internet Avanzada, Multiplicación

El enfoque de este módulo es la multiplicación, es decir, cómo vamos a enseñar a otros y otras comunicadoras populares lo que aprendimos durante la escuelita.
Para esto trabajaremos técnicas participativas y dinámicas, asi como diferentes metodologías para preparar un taller. Repasaremos los pasos de la producción radiofónica y haremos muchas prácticas. También profundizaremos nuestra estrategia informativa, consolidando nuestro noticiero y viendo cómo podemos crear la red de corresponsales de nuestra radio.

Comunicación Popular:
- Comunicación Popular y Educación Popular
- Barra Programática

Herramientas:
- Boletin Impreso
- Consolidación del Noticiero: Corresponsales y Participación
- Noticias en Internet

Organizativo:
- Multiplicación: facilitación, dinámicas, diseño del taller, círculos de producción
- Intercambio de Producciones

Técnico:
- Internet y Computación II: Audacity, Zara Radio, búsqueda de información, descarga y transmisión de audios
- Stream

MÓDULO VII
Consolidación de Herramientas y Laboratorio Técnico

MÓDULO 7: Consolidación de Herramientas y Laboratorio Técnico

Éste módulo tendrá un fuerte componente técnico. Profundizaremos en el uso de Internet, Zara Radio y Audacity y cómo usarlos en nuestro trabajo en la radio. También aprenderemos a usar Skype, una herramienta muy útil para comunicarnos a través de Internet. Ya acercándonos al final del ciclo, por equipos planearemos un proyecto de comunicación.

Comunicación Popular:
- Lectura crítica de medios
- El poder: el machismo como forma de ejercerlo negativamente

Herramientas:
- Uso básico de la cámara fotográfica para diagnósticos técnicos
- Consolidación de herramientas de produccion

Organizativo:
- Funcionamiento de la Red organizativa a nivel local, nacional e internacional

Técnico:
- Mantenimiento del equipo
- Electrónica básica: soldar cables, medidores SWR y multímetro, soldar circuitos
- Laboratorio Técnico

MÓDULO VIII
Rompiendo el Cerco Informativo y Consolidando Equipos de Comunicación y Multiplicación

MÓDULO 8: Rompiendo el Cerco Informativo y Consolidando Equipos de Comunicación y Multiplicación

En este módulo veremos las diferentes maneras en que nuestro trabajo de comunicación popular puede romper los cercos informativos. También nos enfocaremos en la importancia de coordinar y planificar los trabajos de comunicación popular y dentro de nuestras radios, asi como de compartir el conocimiento con otras personas. Llegando ya al final de este camino, valoraremos y evaluaremos cómo ha sido el proceso a lo largo de la Escuelita. Presentaremos nuestros proyectos finales.

Comunicación Popular:
- ¿Que es un comunicador y una comunicadora popular?
- Recuento del marco de la Comunicación Popular
- Nuevas formas de masculinidad

Herramientas:
- La Estrategia de Comunicación Popular

Organizativo:
- Laboratorio organizacional: Coordinando la radio comunitaria y la programación
- Rompiendo el cerco informativo: haciendo llegar la información a las comunidades
- Presentaciones finales

Técnico:
- Repaso: prácticas técnicas



ASPECTOS
ORGANIZATIVOS



7 PRINCIPIOS
DE LOS PUEBLOS

¿Qué es un principio? El principio de un camino, de un trabajo, de la siembra, etc. Es el inicio de una cosa, desde donde partimos. También son las ideas o bases que nos guían para hacer algo, el modo en que vamos a hacer determinada cosa. Entonces, ¿los principios que guíen el trabajo en una gran emisora comercial ubicada en la capital, serán los mismos que los que determinen la manera de hacer las cosas en una radio comunitaria en una pequeña comunidad rural?

El principio básico que rige la manera de trabajar de los medios comerciales es el hacer dinero. Y de ahí se derivan el trabajo competitivo, la productividad, el individualismo, el obedecer órdenes de un jefe, el seguirle el juego a las grandes empresas (cuyo jefe seguramente sea el mismo y cuya publicidad llena horas y horas de programación), el difundir mensajes que favorezcan a los empresarios y a los políticos que los apoyan.

En cambio, los principios en los que se basa una radio comunitaria (o cualquier otro medio que pertenezca y sea para el pueblo) son muy otros. Como el objetivo principal es servir al pueblo, y no hacer dinero, pues cada radio comunitaria deberá definir, en función de esa misión, con qué principios va a trabajar.

En el sureste mexicano, en el estado de Chiapas, los hermanos y hermanas zapatistas definieron desde el inicio de su lucha cuáles iban a ser los principios que rigieran su manera de trabajar, en todos los ámbitos: la salud, la educación, la justicia, la manera de autogobernarse, y también la comunicación. Son principios muy sencillos de leer, muy cortitos y concisos, pero que implican una gran responsabilidad con el pueblo si se toman como base del trabajo.

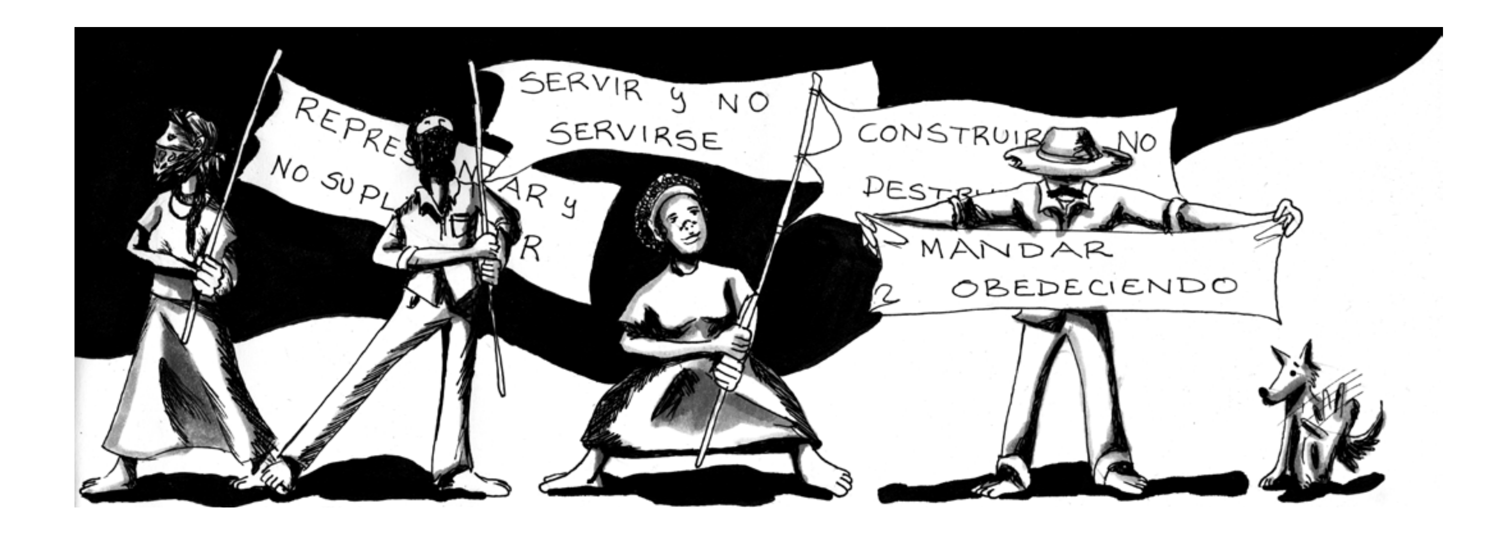
Muchos otros movimientos de liberación y organizaciones populares han tomado como base los 7 Principios de los Pueblos propuestos por los y las zapatistas, adaptándolos a su contexto para usarlos como guía en su camino.

"El primero de enero de 1994 amanecimos en México con dos realidades dispares: ese día arrancaba el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica (TLC) -entre México, Estados Unidos y Canadá- y una sublevación brotaba en los confines opuestos, en el sureste indígena, producto de una marginación y pobreza propias a la víspera de la Revolución Mexicana de 1910.

Centenas de indígenas armados y encapuchados ocuparon siete cabeceras municipales del estado de Chiapas. Se presentaron como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y en su Primera Declaración de la Selva Lacandona difundieron las causas de su alzamiento: exigían tierra, trabajo, techo, alimentación, salud, educación, libertad, independencia, democracia, justicia y paz para todas las 56 etnias de la nación. La noticia de que tzotziles, tzeltales, choles, tojolabales, zoques y mames revivían el espíritu del revolucionario Emiliano Zapata nos cimbró en México."

"Corte de Caja, Laura Castellanos"





Desde entonces, los hermanos y hermanas zapatistas continúan su lucha incansable, y su grito rebelde y autónomo se sigue escuchado en todo el mundo.

Los incluimos aquí para que los conozcas, y reflexionen en tu radio comunitaria si serían un buen punto de partida para redactar los principios que guiarán su trabajo:

- Representar y no suplantar
- Construir y no destruir
- Convencer y no vencer
- Proponer y no imponer
- Servir y no servirse
- Bajar y no subirse
- Mandar obedeciendo

ACTIVIDAD

Lean con atención cada uno de los principios.

1.- ¿Cuáles no entendemos?

2.- ¿Cuáles nos llaman la atención y por qué?

3.- ¿Cuáles se tienen en cuenta en el trabajo de nuestras organizaciones?

4.- ¿Cuáles nos gustaría integrar en el trabajo de nuestra organización o radio?

REUNIONES Y
CÍRCULOS DE PRODUCCIÓN

Como decíamos al principio, la formación de los círculos de producción es uno de los aspectos fundamentales para el funcionamiento de la Escuelita - para llevar a la práctica el contenido de cada módulo y ejercer en lo cotidiano el trabajo de comunicación para fortalecer nuestras radios, comunidades y organizaciones.

El punto de partida para el trabajo colectivo dentro de nuestros cículos de producción va a ser la reunión. Hay muchas formas de llevar reuniones, pero les queremos plantear unas pautas muy básicas que nos pueden ayudar a organizarlas bien para que aprovechemos mejor el tiempo que estamos reunidos:

ACTIVIDAD

En nuestras organizaciones, comunidades y radios comunitarias, ¿cómo son las reuniones?



PREPARAR
LAS REUNIONES

Uno de los puntos más importantes es tener muy claros los objetivos de cada reunión. Una de las formas más básicas de organizarnos dentro de cada reunión es hacer siempre al principio el orden del día: aquí se apuntan los avisos e información, los temas a tratar, un recuento de tareas con sus responsables, puntos pendientes, etc.

COORDINAR Y
ORGANIZAR LAS REUNIONES

Como dijimos, hay muchas formas de organizarnos dentro de una reunión pero hay dos papeles que muchas veces nos ayudan a llevar las reuniones de una forma efectiva.

Facilitador(a): Esta persona no es el jefe o la jefa, simplemente se encarga de organizar bien la reunión, asegurar que toquemos todos los puntos que tenemos en la agenda de una forma ordenada, ayudar a resumir discusiones y encaminarlas hacia conclusiones, asegurar que todo el mundo tenga la palabra y que no abuse de ella, avisar cuando una discusión se está saliendo del tema y cuidar el tiempo que hemos fijado para la reunón.

Relator(a): Tener una minuta de cada reunión también nos ayuda para que todo el mundo sepa cuáles fueron los puntos de la reunión, las conclusiones y cuáles son las responsabilidades que se delegaron. Nos sirve de referencia y también para que la gente que no puede llegar a una reunión por otro compromiso puedan enterarse de qué se trató. Para esto, muchas veces nombramos a un(a) relator(a) que se encarga de tomar notas/ minuta/relatoría de la reunión - se puede hacer en una libreta que está dedicada a ésto o incluso en un papelógrafo que luego se puede colocar en un espacio visible y compartido.



participación sea en visto

PARTICIPACIÓN

Pensamos también que la manera en que estamos participando en las reuniones va a tener un impacto, entendiendo que nuestra actitud es importante para tener una dinámica colectiva, eficaz y alegre.

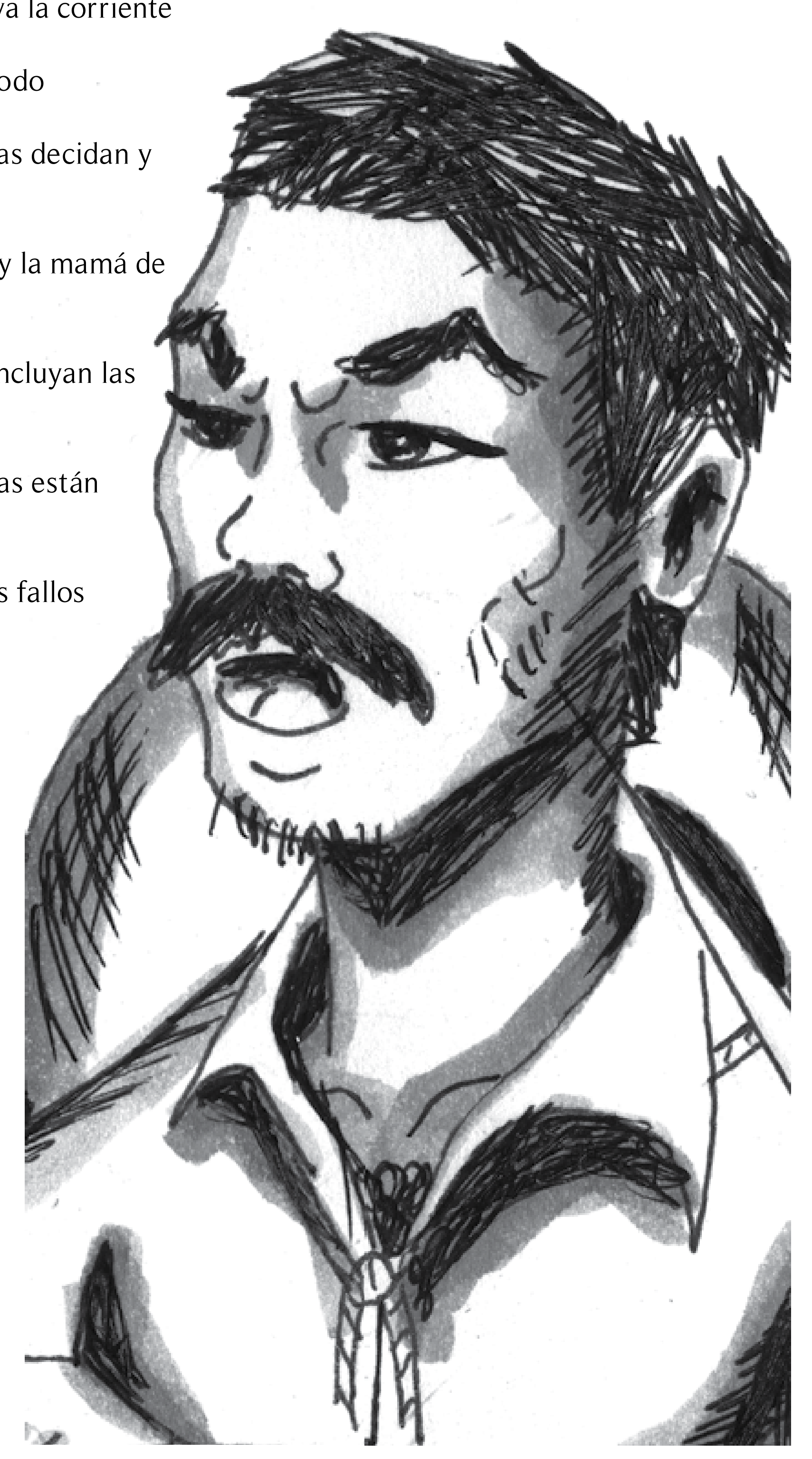
Queremos participar, opinar, aportar, siempre tratando de que nuestra participación sea en vista de los puntos de la reunión, ofrecernos para trabajos y respetar la palabra de los y las demás. Para reflexionar, ponemos aquí algunas actitudes que afectan, de forma positiva o negativa, a las reuniones:

ROLES POSITIVOS
CONSTRUCTIVOS, COLABORATIVOS

- Organizar colectivamente las ideas
- Negociación sin ceder en los principios
- Sacar conclusiones antes de finalizar
- Juntar ideas aparentemente contrapuestas
- Disposición para el trabajo en equipo
- Tolerancia
- Búsqueda de acuerdos
- Crítica y autocrítica
- Brevedad
- Sencillez
- Alegría
- Disciplina
- Creatividad
- Paciencia
- Puntualidad

ROLES NEGATIVOS
Y DESTRUCTIVOS

- Camarón(a) que se duerme se lo lleva la corriente
- Contreras, quien está en contra de todo
- No hablar y permitir que otros y otras decidan y opinen por mi
- Paternalista o maternalista, el papá y la mamá de los pollitos
- Llegar tarde y salir antes de que concluyan las reuniones
- Hacer plática mientras otras personas están participando
- Criticón, nada le parece y sólo vé los fallos
- Sabelotodo
- Acelerada(o)
- Dictador(a) o jefe(a)
- Concluyente
- Despistada(o)
- Competencia
- Individualismo
- Buscapleitos
- Enojón(a)



LAS HERRAMIENTAS DE
COMUNICACIÓN POPULAR

Al igual que un carpintero usa la sierra, el martillo y los clavos; una doctora las pinzas, vendas y la mesa de operaciones y un panadero el horno, la harina y los huevos... los y las comunicadoras necesitamos una serie de herramientas para llevar a cabo nuestro trabajo. Pero igual que nuestro amigo panadero, que puede usar el azúcar y chocolate para hacer un pastel, o decidirse por la harina, levadura y sal, para hacer bolillos, nosotr@s también podemos usar diferentes herramientas para lograr diferentes productos.

A lo largo de los módulos de la Escuela vamos a ir profundizando en diferentes herramientas de comunicación popular que podemos usar.

La Radio:
los formatos radiofónicos cortos (cuñas, identificaciones, canciones, postales sonoras, poemas), las entrevistas, las noticias.

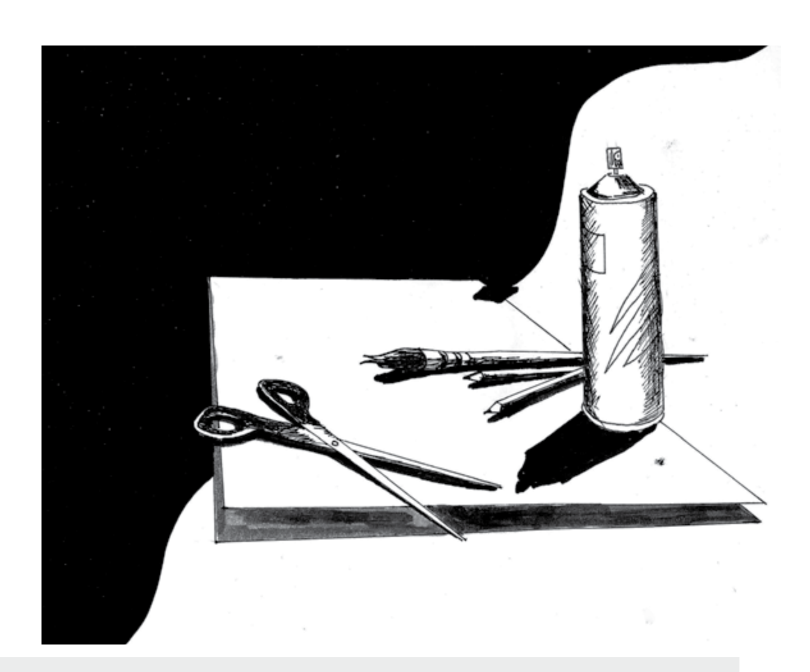
Los medios impresos:
el boletín informativo, la noticia, la entrevista, el Internet.

Los medios gráficos:
el afiche, el volante, el esténcil o plantilla, el periódico mural.

Hay tantas herramientas como necesidades comunicativas. Es importante conocer varias, pero eso no quiere decir que las vamos a usar todas.

La elección de una u otra herramienta de comunicación tiene mucho que ver con nuestra Estrategia de Comunicación.





LA ESTRATEGIA
DE COMUNICACIÓN

Una estrategia es el proceso que permite coordinar acciones para alcanzar los objetivos propuestos.

¿Cuál será la estrategia de nuestro amigo panadero? Pues primero tiene que valorar qué es lo que quiere lograr y con qué recursos cuenta. Como lo que quiere lograr es que su panadería nueva funcione bien, tendrá que estudiar primero qué es lo que le gusta a la gente de la comunidad. Averigua que les gusta mucho el dulce, y también los bolillos se venden muy bien para hacer tortas y para mojar en el café.

Entonces decidirá que lo mejor es hacer cuatro tipos diferentes de panqué y pastel, y cuatro tipos de bolillos, de diferentes tamaños. Buscará el equipo necesario (el horno, los utensilios de cocina, el local) y los ingredientes. Ya eligió sus "herramientas" para lograr su meta, ya hizo su estrategia como panadero. ¡A ver cómo le va! Si no le funciona, puede hacer otro tipo de dulces, o probar diferentes tipos de panes.

Para que nuestro proyecto de comunicación funcione y cumpla sus objetivos, tenemos que hacer, igual que el panadero, nuestra **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.**

EXPERIENCIAS: Puntos de Encuentro (NICARAGUA)

Los compañeros y compañeras de Puntos de Encuentro, organización nicaragüense que trabaja temas de sensibilización con jóvenes como el VIH, la sexualidad, afectividad y autoestima, hizo su Estrategia de Comunicación, para que así su misión como organización tuviera éxito.

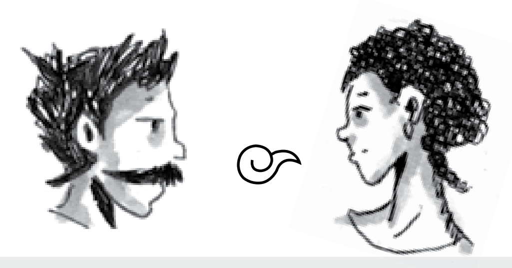
Viendo qué herramientas de comunicación podían usar, y valorando cuál les convenía más para lograr sus objetivos, y también haciendo un análisis previo del público al que querían llegar (los y las jóvenes y adolescentes), decidieron impulsar una serie radial, Sexto Sentido. En esta serie, a través de dramatizaciones y micro-radionovelas, se presentan situaciones de la vida real de los y las jóvenes, para formular al final preguntas generadoras y un espacio de reflexión.

Pero para darle más fuerza a su estrategia de comunicación, decidieron también apoyarse en la televisión y las publicaciones escritas, impulsando una "telenovela juvenil de entretenimiento educati-

vo" y La Boletina, una publicación trimestral y educativa enfocada en la realidad nacional, abordando aspectos de la vida pública y privada desde una perspectiva de género.

La estrategia de comunicación de Puntos de Encuentro es muy completa, abarca varias herramientas, y tuvieron éxito en su formulación, porque a través de su plan estratégico lograron sus objetivos. Pero no es que eligieron la radio (con un formato de micro-radionovela), la televisión (con la telenovela juvenil) y el boletín escrito (más enfocado a las mujeres) al azar, echando un volado.

Para hacer una estrategia es importante que antes de decidirse por una herramientas u otra, se reúna el equipo de comunicación o círculo de producción y tome en cuenta estos puntos:



1. ¿PARA QUÉ QUEREMOS COMUNICARNOS, CUÁL ES NUESTRO OBJETIVO?:

Informar, entretener, motivar, educar, convocar, demandar, negociar.

¿Tenemos claro el tema?

¿Qué queremos lograr?

¿Cuáles son los obstáculos a vencer?

2. ¿A QUIÉNES SE ESPERA LLEGAR?, EL PÚBLICO DESTINATARIO:

¿Quiénes son nuestr@s destinatari@s?

¿Qué piensan o sienten l@s destinatari@s respecto al tema? ¿Y de nosotr@s?

¿Qué medio de comunicación es el que más utiliza el público al que queremos llegar?

3. CON QUÉ HERRAMIENTAS, A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS:

¿Cuál es la herramienta de comunicación más adecuada para lograr nuestro objetivo y llegar a más gente?

¿Qué otras herramientas podemos usar como complemento de nuestra estrategia?

4. CON QUÉ RECURSOS CONTAMOS:

¿Qué recursos materiales y humanos necesitamos para llevar a cabo nuestra estrategia de comunicación?

¿Cuáles tenemos y cuáles no? ¿Dónde y cómo conseguimos los que no tenemos?

5. EN QUÉ PLAZOS Y ETAPAS:

Aquí es importante valorar qué tan rápido necesitamos difundir un mensaje. Por ejemplo, si se trata de una acción urgente (detuvieron a un@s compañer@s, hay un desalojo de una comunidad inminente), la planificación y ejecución (el planear y hacer) de nuestra estrategia será YA.

Si en cambio estamos pensando en una campaña contra la tala de bosques, podemos trabajar la propuesta en un plazo de tiempo un poco mayor.

CORRESPONSALES
POPULARES



En el primer módulo hablamos del trabajo y responsabilidad de el y la corresponsal popular: por qué, para quién y cómo trabaja, y particularmente cómo responder ante una situación de emergencia.

Sin embargo, en este módulo queremos seguir reflexionando sobre nuestro papel como corresponsales comunitarios, concretizando algunas tareas y responsabilidades que tenemos a diario - si no hay una emergencia ¿entonces ya no tenemos que trabajar? Concretamente, queremos platicar acerca del flujo de información en nuestras comunidades, ubicar cuáles son nuestras responsabilidades como comunicadores y comunicadoras y de ahí definir una estrategia para ayudarnos a coordinar nuestro trabajo, y mantenernos informad@s a nosotr@s y a nuestras comunidades.

CUÁL ES EL TRABAJO DEL/LA CORRESPONSAL COMUNITARIO

En general, nos hemos referido a dos trabajos principales del/la corresponsal popular:

1.- *Informar hacia afuera lo que sucede en nuestras comunidades:*

Como corresponsales populares y comunitarios, una de nuestras tareas principales es la de informar a la radio, la organización y a la población en general de lo que sucede en nuestra comunidad y región - de conflictos, logros, eventos, o cualquier cosa de interés que sucede en nuestro entorno. Tras el golpe de estado en Honduras en el 2009, ¿cuál ha sido la reacción de nuestras comunidades ante el golpe? ¿cómo ha afectado localmente el golpe y la represión de esos meses? ¿cómo se está organizando la gente? etc.

2.- *Informar a nuestras comunidades de lo que sucede afuera:*

De igual forma, los y las comunicadoras populares como hemos venido hablando,

somos emisores (que transmitimos y difundimos información que recogemos y escuchamos), y también receptores (que también recibimos información desde afuera tanto como la gente de nuestras comunidades) - por lo tanto tenemos la responsabilidad no sólo de informar de lo que sucede en nuestras comunidades, sino de mantener informada a nuestras comunidades sobre lo que sucede en otras comunidades, regiones e incluso países. Regresando al ejemplo del golpe de estado en Honduras, ¿cómo les ha afectado a otras comunidades el golpe y la represión? ¿cómo se están organizando otras comunidades y otras regiones para resistir frente a esa dictadura? etc.

Públicos:

Es fundamental tener siempre en cuenta cuáles son nuestros públicos. Nuestras radios y proyectos de comunicación tienen que estar orientadas hacia los y las ancianas, adultos, jóvenes, niños y niñas - toda esta gente tiene rutinas distintas, tiene gustos distintos, tiene visiones distintas. Todo esto hay que tener en cuenta a la hora de realizar nuestro trabajo, asegurando siempre que existan espacios, música y/o información de interés para cada uno de nuestros públicos. No olvidemos tampoco que una de las responsabilidades como corresponsales, es asegurar la participación de todos los sectores: que se escuchen las voces de los y las niñas, los y las estudiantes, trabajadores y trabajadoras, amas de casa, y jubilados y jubiladas en nuestras radios, nuestros periódicos murales y nuestros boletines.



CÓMO HACEMOS ESTE TRABAJO

Las Herramientas:
Algunas herramientas mínimas que hemos conocido y usado:

Grabadora - para grabar entrevistas, hacer cuñas y cápsulas

Celular - para hacer reportes directo a la radio

Libreta - cuando no tenemos de otra, podemos hacer reportes, escribir notas, e incluso preparar guiones para cuñas, cápsulas o programas con una libreta y lapicero

Difusión:

Lo más importante de nuestro trabajo no sólo es recoger información, sino buscar la forma de DIFUNDIRLA. Algunas herramientas que conocemos para hacer ésto son:

La Radio Comunitaria:
A través de reportes en vivo, programas, producciones cortas y entrevistas, podemos difundir toda la información que recogemos a través de nuestras radios.

El Periódico Mural:
A veces no tenemos acceso tan fácil a la radio o incluso no llega su señal a nuestra comunidad, sin embargo, el periódico mural es una herramienta bastante importante, ya que podemos aprovechar para informar a nuestras comunidades de lo que sucede en el país, con recursos mínimos.

Reuniones/Asambleas
Para informar a nuestra comunidad podemos convocar reuniones donde com-

partimos información e incluso promover discusiones para analizar la situación y desarrollar estrategias para responder ante ciertos eventos.

Algunas tareas de los y las corresponsales:

- Tenemos la responsabilidad de informar sobre cualquier evento de interés para nuestra comunidad, organización o para la población en general.

- Recoger información, sacar testimonios y entrevistas

- Buscar y grabar música local, o música de interés para nuestras comunidades

- Pensar en temas de interés para nuestras comunidades

- Invitar a la gente a que PARTICIPE en nuestros medios comunitarios

FUENTES PERIODÍSTICAS

Para elaborar una nota hay que acudir a las "fuentes" de la noticia y revisar la veracidad de la información. Pero, ¿qué es una fuente?

RÍOS DE INFORMACIÓN

Muchas veces se habla de información, pero pocas veces pensamos qué quiere decir este concepto. Resulta que la información no es algo fijo sino algo, como el agua que corre en los ríos, que está en flujo todo el tiempo. Se crea en un momento tras un acontecimiento y a partir de ahí, se va fluyendo, bifurcándose y a veces cambiando mientras se va recorriendo la tierra. Pero como los ríos que no aparecen de la nada, sino que nacen de una fuente o un ojo de agua, la información también nace en un momento - en los hechos - y esto le decimos "fuente".

Como comunicadores y comunicadoras, una parte integral de nuestro trabajo es facilitar el flujo de estos ríos de información, siempre haciendo el mayor esfuerzo para asegurar la veracidad de esta. Para esto, tenemos que ir pensando y desarrollando nuestras fuentes que nos van a servir en el trabajo cotidiano de corresponsales populares.

TIPOS DE FUENTES

Básicamente, hay tres tipos de fuentes a las que podemos acudir para recopilar información y producirla:

Los hechos mismos: Lo ideal es estar ahí, "donde las papas se queman": un nacimiento, una huelga, una reunión con las autoridades, etc.

Ej. Elaborar una noticia sobre una manifestación o reunión después de haber estado presente en el lugar de los hechos

Los testigos y protagonistas de los hechos: Muchas veces no se puede - o no nos dejan - estar presentes en todos lados. Entonces, el trabajo es "reportear" a las y los protagonistas y testigos directos de la información, hacerles preguntas para reconstruir los hechos vividos y/o su punto de vista.

Ej. Si no pudimos estar presentes, podemos hablar con integrantes de la organización que sí estuvieron presentes en tal manifestación o reunión para que nos cuenten de lo sucedido.





Los documentos escritos o gráficos acerca de los hechos: Este tipo de fuentes son muy útiles para completar la información o ampliar sus contenidos. Para eso existen los centros de documentación o se puede acudir a fotos familiares, cartas u otras cosas que guardan las personas.

Ej. Estos pueden ser comunicados o boletines difundidos por la organización acerca de tal manifestación o reunión y hasta los medios comerciales nos sirven, analizando sus reportajes con una mirada crítica.

A su vez, las fuentes se pueden clasificar según la frecuencia con que las consultamos:

Fuentes Permanentes:
Son las personas u organizaciones a las cuales siempre podemos acudir para consultarles y que nos aporten información de un tema o temas en los cuales se especializan.

Fuentes Temporales:
En cambio existen fuentes a las cuales podemos acudir durante cierto periodo de tiempo o mientras sucede una actividad puntual.

También hay que reconocer la distinción entre fuentes confiables y fuentes no-confiables:

Fuentes confiables:
Son aquellas cuya información es verdadera. Nos permite reportear los hechos de una manera responsable y su información puede ser verificada.

Fuentes no-confiables:
Son aquellas que unas veces su información es verdadera y otras es falsa, y no queda claro cuándo va a ser verdadera o falsa. No se puede confiar en la fuente de esta información.

Pero como se mencionó arriba, los medios comerciales, aunque los veamos como una fuente no-confiable, también nos pueden servir en cuestiones de análisis y denuncia, ya que su papel es clave en la formación de la opinión pública, aunque sus reportajes no sean ciertos ni confiables.

Ej. Si entre los titulares de La Prensa sale: "Garífunas Paralizan Carreteras" y el artículo no nos proporciona información sobre las raíces del conflicto (despojo de tierra en comunidades garífunas a favor de los intereses económicos detrás del proyecto turístico Bahía de Tela) refuerza nuestra posición de que las clases dominantes siguen atropellando los derechos de los pueblos, a través de sus proyectos. Y al mismo tiempo también generan repudio hacia los pueblos y sus luchas, a través de costosas campañas de desinformación.

LOS Y LAS CORRESPONSALES
COMO FUENTES

A diferencia de los medios de comunicación comerciales, que tienen como aliados a los empresarios y gobernantes, como comunicadores y comunicadoras populares , indígenas y garífunas nos encontramos siempre al lado del pueblo. Nuestro trabajo no sólo consiste en facilitar el flujo de la información, sino también en asegurar con una mirada crítica que esta información sea verdadera y pertinente a nuestras comunidades.

En este sentido, no sólo acudimos a nuestras fuentes para la recolección de información, sino que nos convertimos nosotros y nosotras mismas, como comunicadores y comunicadoras, en fuentes de información permanentes para nuestras comunidades, organizaciones y pueblos.

Así podemos entender nuestra posición de comunicadores y comunicadoras como emisores-receptores, que no recogemos información solamente para nosotros y nosotras, sino para poder transmitirla de nuevo a la comunidad, de la misma manera la comunidad nos transmite información y nos la recibe a la vez.

ACTIVIDAD

Con base a lo visto, elabora, junto al equipo de trabajo de tu radio comunitaria, su lista de Fuentes Útiles.

Anoten en ella el nombre de la fuente (ya sea persona, organización, grupo organizado, etc), por qué nos es útil esa fuente (conocen muy bien la situación legal de las tierras, tienen contacto con otras organizaciones de mujeres, tiene un cargo en el Ayuntamiento, etc.) y sus datos de contacto (teléfono, dirección, e-mail, página web). Peguen su lista en un lugar visible de la cabina de su radio, para tenerla siempre a la mano.

REFLEXIONANDO ACERCA
DE LA COMUNICACIÓN POPULAR



MEDIOS COMUNITARIOS Y
POPULARES, MEDIOS MASIVOS Y COMERCIALES

Estamos recién iniciando el camino de la comunicación popular. Puede que la radio comunitaria en la que vamos a participar tenga ya mucho tiempo de experiencia, o puede que como nosotr@s como comunicador@s, apenas dé sus primeros pasos. Nuestra radio tiene muchas hermanas en todo el continente, a la mayoría todavía no las conoce. Y esto es porque en América Latina cada vez hay más y más radios comunitarias, manejadas directamente por gente de las comunidades. ¡Y no sólo radios! Desde hace muchos años, y cada vez más, hay organizaciones populares, pueblos indígenas y afrodescendientes, grupos de mujeres, colectivos autónomos de jóvenes, y muchos mas que están tomando en sus manos diferentes herramientas de comunicación para dar a conocer sus luchas, inquietudes y preocupaciones: periódicos murales, boletines y afiches, pintas y murales... ¡hasta televisoras comunitarias!

Aunque el panorama de los medios comunitarios en el continente es muy amplio, los medios comerciales y masivos son tan gigantes, llegan a tantos lados, que el reto de contrarrestarlos es grande. Desde niños y niñas y durante todo el tiempo, nos llegan sus mensajes, a través de la radio, la televisión, las vallas publicitarias, los grandes periódicos... cuentan con un sinfín de medios y recursos para inundarnos con sus mensajes. Después de años y años de estar recibiendo esos mensajes, a veces nos podemos confundir. A base de repetir y repetir una cosa, nos la acabamos creyendo. Nos parece normal.
Entonces, para empezar, es importante que como comunicadores y comunicadoras populares, tengamos clara la diferencia entre el medio de comunicación en el que vamos a participar, y los medios comerciales a los que no tenemos acceso. Una buena manera para aclarar ideas, es analizar conceptos: ¿Que quiere decir popular y comunitario, qué quiere decir comercial y masivo?

El diccionario nos dice esto:

POPULAR:

Del pueblo, desde el pueblo, para el pueblo y por el pueblo.

Perteneciente o relativo al pueblo.

Que es peculiar del pueblo o procede de él.

Propio de las clases sociales menos favorecidas.

Que está al alcance de los menos dotados económicamente.

Dicho de una forma de cultura: Considerada por el pueblo propia y constitutiva de su tradición.

COMUNITARIO:

De la comunidad, viene de "común", de varias personas, no de una sola.

Perteneciente o relativo a la comunidad.

COMERCIAL:

Que tiene como objetivo principal el generar dinero, lucrarse.

MASIVO:

Gigante, que llega a grandes masas humanas.





Entonces, ¿cómo es el medio de comunicación en el que vas a participar?

Analizando los mismos conceptos que definen cada modelo de comunicación, nos damos cuenta que son muy diferentes, incluso opuestos. Pero, ¿qué diferencia hay entre nuestra comunicación popular y la comunicación que hacen los medios de comunicación masivos o comerciales?

En los primeros módulos de la Escuelita vamos a ir profundizando en los diferentes aspectos que diferencian los medios comerciales de los nuestros -los medios comunitarios-. Veremos la diferencia entre los contenidos que difunden, los intereses y objetivos que persiguen, el lenguaje que usan, el tono en que nos hablan, la música que ponen, y hasta la forma de trabajo y organización.

¿CÓMO NOS REPRESENTAN LOS MEDIOS Y CÓMO QUEREMOS SER REPRESENTAD@S?

Piensa un momento en el último comercial que has visto en televisión. La última noticia que oíste en el noticiero de la radio más grande de tu país. La última foto que viste en el periódico. ¿De qué hablan? ¿Cómo son las personas que aparecen? ¿Son como tú? ¿Cómo la gente que te rodea, tu familia, las personas de tu comunidad?

Rara vez los y las campesinas, las organizaciones populares, la gente de bajos recursos, los grupos de jóvenes, los pueblos indígenas, aparecen en los medios de comunicación masivos. Incluso es difícil que aparezcan las mujeres, los y las ancianas o los niños y niñas.

A lo mejor pensarás:

"¿Las mujeres? ¡Si aparecen un montón! El periódico está lleno de fotos de mujeres guapas". Sí, las mujeres ocupan bastante espacio en los medios, pero demasiado frecuentemente aparecen con poca ropa, resaltando sus atributos físicos. Es difícil que aparezcan mujeres por lo que hacen, por lo que piensan, por cómo luchan y se organizan.

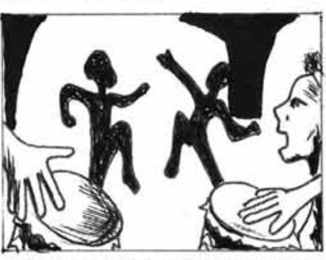
"¿Las organizaciones populares? Si aparecen a veces, cuando se movilizan y hay disturbios". Sí, el pueblo organizado aparece a veces en los medios, pero casi siempre es para criminalizarlo.

La Verdad.

prensa seria.



Fiesta Caribeña



PAG. 12

Huracan Destructor



PAG. 20

Ingobernables provocan disturbios



Cuando hay disturbios se los culpa de todos los problemas, desde comenzar la violencia hasta detener el tráfico. Y en las noticias es muy habitual que los grandes medios "olviden" el porqué la gente se moviliza, protesta, grita. Acabamos apareciendo como una pandilla de locos y locas delincuentes que se quejan por todo.

"La gente pobre sí aparecemos en los medios, cuando hay una catástrofe siempre muestran en qué estado quedan las comunidades". Es cierto, las comunidades de bajos recursos o mejor dicho, "empobrecidas", son a veces noticia, pero casi siempre cuando hay desgracias, como desastres naturales, asesinatos y accidentes. Si es verdad que todas estas cosas lastimosamente suceden, pero, ¿y el resto del tiempo? ¿No existimos? Además, en todos estos casos en que sí aparecemos en los medios, sólo es un momentito, mientras dura el huracán, o despuesito de la masacre. Después esos grandes medios que antes tanto caso nos hacían, ahora ni se acuerdan de nosotros y nosotras.

"Los pueblos indígenas ahí estamos. Hasta nos montan museos, y viene gente de muy lejos para conocernos gracias a que los medios de comunicación hablan de nosotros". Exactamente. Los pueblos indígenas son presentados por los grandes medios como parte del folcklore de un país, como restos del pasado. ¡Cómo si los pueblos indígenas no existiéramos AHORITA! Nosotros y nosotras no sólo somos los elementos culturales que los medios de comunicación (y también los gobiernos) engrandecen, tenemos preocupaciones, motivaciones e inquietudes, tenemos luchas y reivindicaciones que queremos que sean escuchadas. Además de nuestros tambores, danzas y tradiciones.

Entonces vemos que la mayoría de la gente, la gente como nosotros y nosotras, no aparece en los medios de comunicación, o si lo hace, es de una manera distorsionada según sus intereses. Por todos estos motivos, ahora que te estás capacitando para participar en un medio de comunicación comunitario, para el pueblo y por el pueblo, te invitamos a que pienses cómo quieres ser representado o representada en él.

ACTIVIDAD

Elige un medio de comunicación que llegue a tu comunidad. Puede ser un programa de radio, un canal de televisión, una revista o periódico. Durante una semana, sigue el medio que elegiste con mucha atención. Tendrás que dedicarle un rato al día.
En tu observación, reflexiona:

¿Cómo son representadas las mujeres y los hombres en este medio de comunicación?

¿Cómo son representados los pueblos indígenas y afrodescendientes?

¿Cómo son representados los movimientos populares y campesinos?

¿Cómo son representadas las personas y comunidades pobres?

Anota tus observaciones en una libreta.

Podemos compartir el ejercicio con otras personas de la radio, y que cada una se enfoque en observar la representación que hace de un determinado colectivo de los grupos arrriba propuestos, el medio de comunicación elegido.

LOS PULPOS DE LA
COMUNICACIÓN EN MESOAMÉRICA

El pulpo ha sido una imagen usada para representar a los acaparadores, que con sus múltiples brazos son dueños de una gran cantidad de empresas y extensos territorios en costas, montañas y valles, a costa del hambre de millones de personas.

Comúnmente también son dueños de los medios de comunicación, de esta forma pueden hacer grandes campañas publicitarias al menor costo, para justificar sus intereses, mientras amplios sectores de la población no pueden manifestar su opinión, negándoseles así la libertad de expresión, derecho a la comunicación esencial. Pero estos acaparadores también tienen nombres - ¡conozcámoslos y denunciémoslos!

MÉXICO

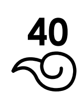


En México, hay dos grupos en particular que dominan los medios televisivos y radiofónicos e incluso tienen acciones en la prensa escrita, los cuales son conocidos como el duopolio mediático:

TV Azteca es una de las dos cadenas televisivas a nivel nacional. **TV Azteca** pertenece al **Grupo Salinas,** fundado y manejado por **Ricardo B. Salinas.** Tienen dos de los canales abiertos de televisión **(7 y 13)** y 39% de las concesiones audiovisuales en todo el país con más de 300 emisoras propias a lo largo de México. Aparte, tiene las empresas de telefonía móvil **Iusacell y Unefon.**

En en el sector financiero y comercial tiene la cadena **Banco Azteca** y la cadena comercial **Grupo Elektra,** aparte de múliples inversiones en otros sectores audiovisuales y comerciales, incluyendo un equipo de fútbol en la Liga Méxicana **(Monarcas).** Sus acciones y actividades no sólo tienen lugar en México, sino también en Estados Unidos, Guatemala, El Salvadora, Honduras, Panamá, Argentina, Brasil y Perú.

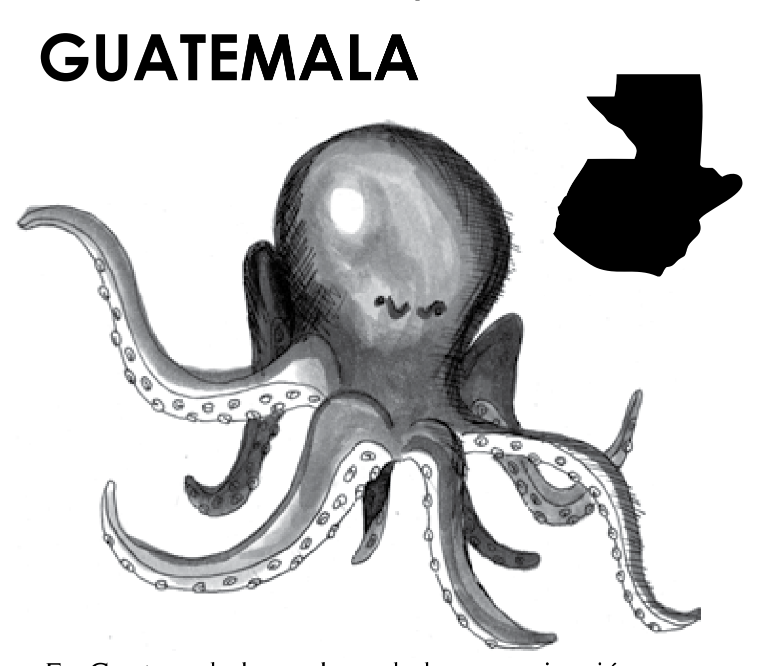
El **Grupo Televisa,** con presidente **Emilio Azcárraga Jean**, es la empresa productora de medios en español más grande en todo el mundo, con presencia en México, Estados Unidos, Suramérica, Europa, Asia y parte de África. Con **258 emisoras propias, 14 canales locales,** además de los **canales de televisión abierta 2, 4, 5, y 9,** más acciones masivas en **Cablevisión** (grupo de televisión por cable más grande del país) y **SKY** (grupo de televisión satelital más grande) que suman 51.7% de las concesiones audiovisuales del país - su programación y publicidad alcanza diariamente a millones de televidentes. Aparte de la televisión, tiene inversiones en **Televisa Cine, Radio Televisa** (más de 88 emisoras) y el Editorial Televisa, la empresa de revistas en español más grande a nivel mundial.



Aparte de este duopolio, se encuentra el **Grupo Carso.** Este grupo económico es encabezado por **Carlos Slim Helú**, el hombre más rico del mundo. Sus acciones en los medios están concentradas en la telefonía e internet de fibra óptica, después de adueñarse de **TELMEX** durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari en una ola de privatizaciones que precedieron la entrada de México en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte **(TLCAN).**

América Móvil y Carso Global Telcom son dos empresas proveedoras de internet de fibra óptica e inalámbrico con servicios en México, Argentina, Brasil, Colombia y Chile. La lista de empresas pertenecientes a este grupo es muy grande e incluye empresas financieras, comerciales e industriales (entre ellos **Banco Inbursa e Inmobilaria Carso**) en casi todos los países de América Latina.

GUATEMALA



En Guatemala los pulpos de la comunicación son:

Familias Gutierrez-Bosch

Propietarios de los diarios **Prensa Libre, Nuestros Diario y El Quetzalteco** (junto con Familias Girón, Sandoval, Zarco y García quienes son dueños de Guatevisión).

Los Gutierrez-Bosch además tienen inversiones en restaurantes (Pollo Campero), construcción (centros comerciales, complejos de vivienda y edificios), energía (hidroeléctricas), alimentos (harinas, pastas, galletas, carne de pollo, cerdo, embutidos y camarones), así como empaques (bolsas, empaques para alimentos y envases farmacéuticos). Su grupo empresarial se llama **Corporación Multi Inversiones**.

Carlos Paíz y sus amigos Alvaro Castillo, Ramón Campollo y Juan Luis Bosch

Este grupo pertenece a la Corporación de Noticias que edita el **Diario Siglo XXI** y **Al Día**. Son accionistas del **Grupo Nación de Costa Rica** quien a su vez es propietario de periódicos, revistas, radios y trabajos publicitarios.

Carlos Paíz es el empresario que impulsó las tiendas **Paiz** e **Hiper Paiz**, y luego la alianza con Wal-Mart Centroamérica (Despensa Familiar, Maxi Bodega y Club Co.)

Alvaro Castillo Monge, su familia es una de las principales dueñas de la Embotelladora La Mariposa (Pepsi).

Ramón Campollo dirige ingenios, una compañía petrolera, y es socio de la empresa eléctrica EESA, además de ser dueño de plantaciones de palma africana en Petén.

Juan Luis Bosch, es co-presidente de Corporación Multi Inversiones (CMI) descrita anteriormente.

El Pulpo de la Televisión y la Radio:
Angel Gónzales empresario mexicano dueño de **El Grupo Radial El Tajín** (Radio Exitos, Radio Ranchera, Radio Joya,

y Radio fiesta) y Central de Radio (Alfa 97.3 FM, Tropicalida 104.9 FM, Xtrema 101.3 FM, Disney 92.9 FM, Galaxia 85.5 FM, 94 FM Reggaeton, Sonora 96.9 FM). Juntas Central de Radio y Grupo Radial El Tajín controlan 20 frecuencias de radio. También es dueño de los cines Circuito ALBA y dueño del monopolio televisivo en Guatemala (**Canal 3, 7, 11 y 13**)

Otros Pulpos Radiofónicos

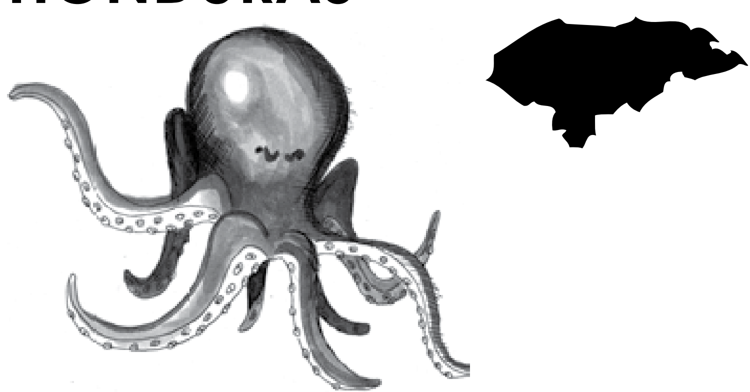
Familia Liu. Forman el Grupo Alius y son dueños de frecuencias en FM y 5 en AM. Tienen la franquicia de Televisa Radio con las marcas VOX FM y Ke-Buena. Sus radios son Exa FM 101.7, Ke Buena 91.3 FM, 92.5 E-radical, Radio Viva 95.3FM, entre muchas otras.

Edgar Archila Marroquín. Su familia controla el **Grupo Emisoras Unidas** con un total aproximado de 41 frecuencias (Emisoras Unidas 89.7, Yosi Sideral 90.1, Atmosfera 96.5, Kiss FM 97.7, La Grande 99.3, Fabuestereo 88.1 y YosiKids.com, entre otras). Emisoras Unidas es una de las principales fuentes de noticias por la radio. Desde el 2008 el Sr. Archila es presidente de la Cámara de Radiodifusión de Guatemala.

Familia Alcázar. Guillermo Alcázar y Minerva Solís establecieron **Radio Corporación Nacional,** y actualmente tienen 31 frecuencias de radio en todo el país.

Familia Bocaletti. Dueños de las emisoras La Sabrosona. En 2002 **Grupo Radio Rumbos** se fusiona con **Grupo Nuevo Mundo**, ampliándose a 17 frecuencias

HONDURAS



En Honduras son 5 los grandes pulpos de la comunicación, cada uno proveniente de las familias más poderosas de la oligarquía de ese país:

Jaime Rosenthal Oliva y familia, tienen inversiones en **Diario Tiempo, Canal 11** (compartido con Gilberto Goldstein) y **Cable Color.** Tienen además inversiones en: Grupo Continental (Banco Continental, Café Continental, Cacao Continental, Empacadora Continental, Cocodrilos Continental), Azucarera Chumbagua, Bananeros Naco, Banco de Occidente, Con-Delta y otras empresas.

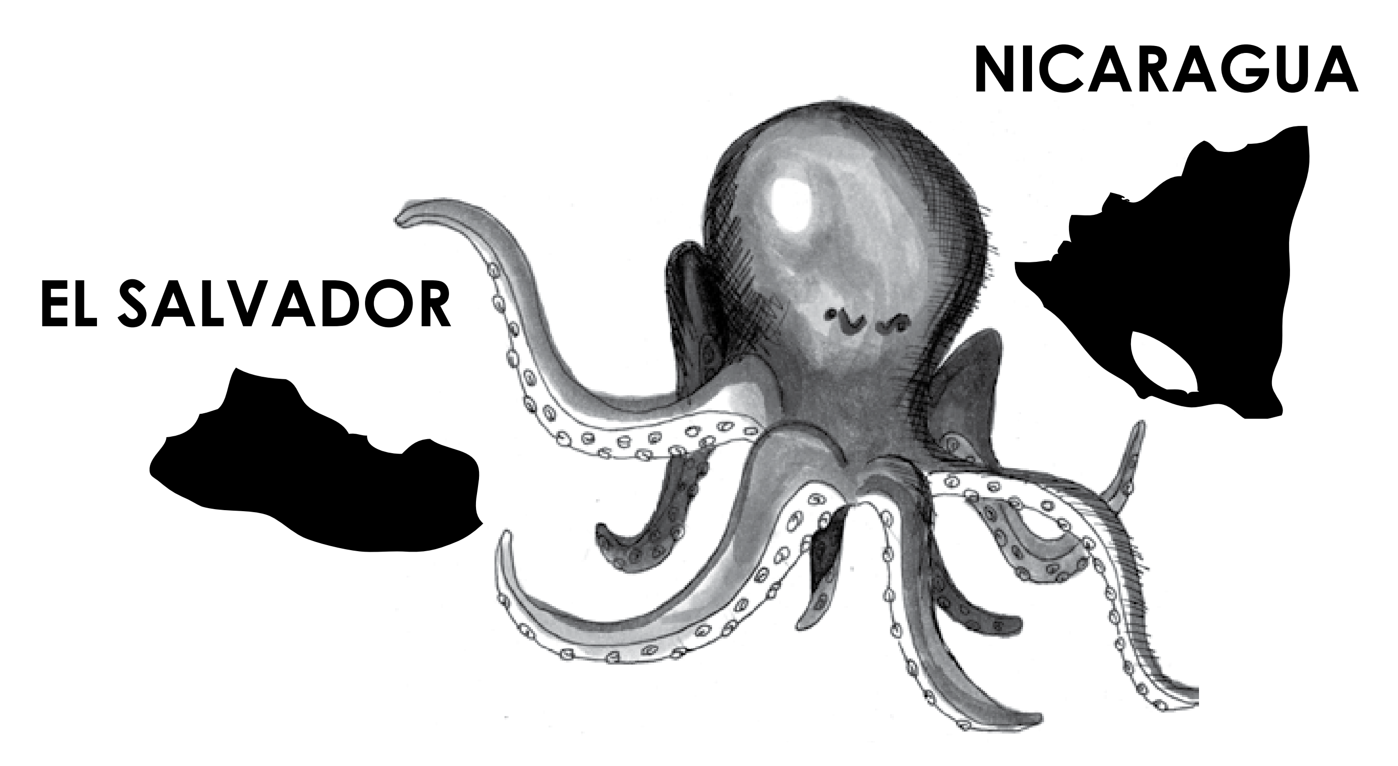
Rafael Ferrari, Manuel Villeda Toledo y familias, con inversiones en **Emisoras Unidas (17 radioemisoras) y Televicentro (canales 3, 5, 7, 9).** Tienen además inversiones: **Multidata y Multivisión** (Internet), **Telecadena (canales 7 y 4),** Banco Mercantil y Multifón, entre otras.

Jorge Canahuati Larach y familia, con inversiones en **La Prensa y El Heraldo.** Tienen además inversiones en: Laboratorios Finlay (farmacéutico), Sulatel (telefonía), Pizza Hut, Kentucky, Embotelladora Sula, Franquicias de Pepsi, Quanta y Aguazul en Honduras, Corporación Industrial del Norte, entre otras.

El ex-presidente de Honduras (2002-2006) **Carlos Flores Facussé**, tiene inversiones en **La Tribuna.** Tiene además inversiones: **Periódicos y Revistas S.A**. (que incluye La Tribuna junto con Lithopress Industrial). Poco se sabe de sus inversiones, siendo ex-presidente de la república de Honduras y sobrino de magnate Miguel Facussé. Es bien reconocido su poder tanto en los medios de comunicación como en los sectores políticos y económicos del país.

Miguel Andonie Fernández, con inversiones en Audiovideo (Radio América) y otras radioemisoras.





Boris Esersky encabeza una de las empresas grandes de telecomunicaciones, Telecorporación Salvadoreña, que tiene en sus múltiples brazos a los canales abiertos **Canal 2, Canal 4 y Canal 6,** más un nuevo canal **VTV,** además de **2 estaciones de radio.**

La empresa mexicana del Grupo Salinas, **TV Azteca,** aparece de nuevo en Salvador con la nueva adquisición de otro canal de televisión abierto, **Canal 12.**

Antonio Safie otro empresario proveniente de una de las familias más poderosas de El Salvador, es presidente del Grupo **Megavisión:** que aparte de sus **7 estaciones de radio** (más que 20 emisoras en total), es dueño de los **Canales 19 y 21**, que a su vez tienen alianzas estratégicas compartiendo programación con **Canal 63, Canal 62, Canal 9, Canal 23 y Canal 24.**

Otra poderosa familia de la oligarquía Salvadoreña, los Saca, tienen acciones fuertes en los medios de comunicación: **José Luis Saca** encabeza **Radio Corporación FM** que cuenta con 6 estaciones radiales, mientras **Antonio Saca,** presidente de El Salvador durante 2004-2009, tiene otras **9 estaciones** de radio con el **Grupo Samix.**

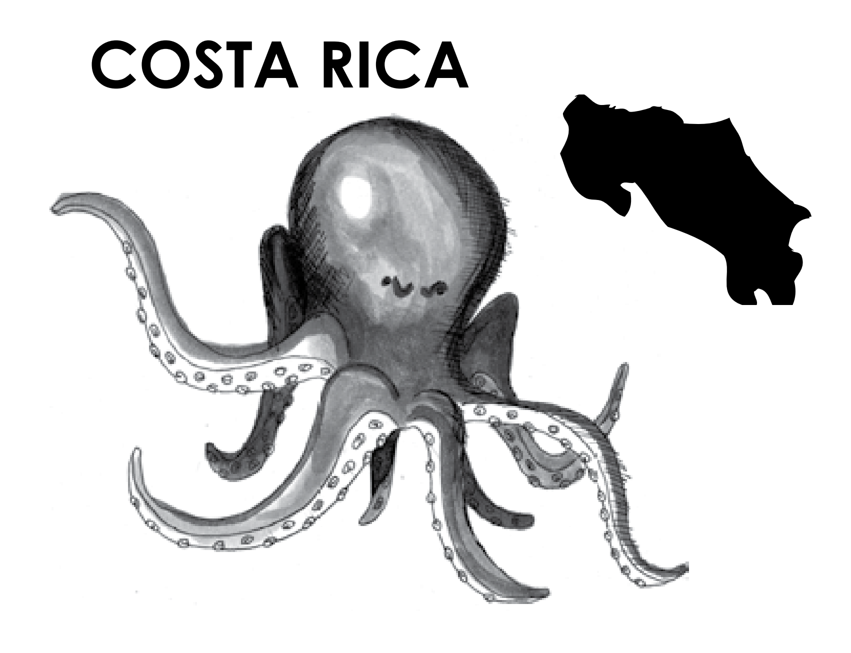
Desde la entrada de Daniel Ortega a la presidencia en Nicaragua, se ha soltado una polémica constante sobre los medios de comunicación en Nicaragua y el derecho a la libertad de expresión. Sin embargo vemos las mismas pautas de concentración:

Grupo Editorial La Prensa:
El sector de prensa escrita está casi completamente dominado por lo que alguna gente le llama la dinastía de los Chamorro, con los diarios de mayor circulación **(Diario La Prensa, Hoy)** siendo controlados por las familias Chamorro-Argeñal, Chamorro-Barrios y Holmann-Chamorro. Otro, Xavier Chamorro Cardenal con Daniel Aguirre controlan **El Nuevo Diario.** Este grupo, que encabeza las quejas contra las violaciones a la libertad de expresión, es de la misma familia que uno de los grupos económicos más poderosos de Nicaragua, **Grupo Pellas** (presidente **Carlos Pellas Chamorro**), que tiene acciones fuertes en la las industrias automotriz, constructoras, bancos, aseguradoras, de internet, computación y más.

Ángel González: Este magnate que tiene una serie de canales televisivas y radiales a lo largo de América Latina, es dueño de **Canal 4** (con el FSLN), **Canal 10,** y algunas fuentes dicen que ahora tiene 8 frecuencias radiales, lo cuál viola las leyes que regulan las telecomunicaciones en Nicaragua

Otras familia poderosas en este país son el **Grupo Familia Sacasa**, que tiene bajo su control **Televicentro de Nicaragua, Canal 2**, aparte de **3 frecuencias radiales**. Y el grupo **Nicavisión**, del empresario **Mario Valle Peters**, tiene **Canal 12** y algunas emisoras radiales.

COSTA RICA



El caso de Costa Rica es emblemático en centroamerica por los niveles de concentración en los medios tanto impresos, como de televisión y radio, con unas familias dominando casi exclusivamente la difusión de información en el país.

El prominente empresario costarricense, **William Gómez**, tiene conglomerados a **Radio América, Diario Extra, La Prensa Libre y el canal 42** de televisión en el **Grupo Multimedia.** Mientras otra familia de esta clase dominante, Picado Cozza, concentra 3 canales de televisión: **Teletica, Canal 7 y Cabletica.**

Aquí también aparece el empresario mexicano, conocido como 'el fantasma', **Ángel González** con el **Grupo REPRETEL**, que concentra los canales de televisión abierta **Canal 4, Canal 6 y Canal 11**, además de una de las empresas radiofónicas más grandes del país, **Monumental Radio.**

Y por último, la gran mayoría de la prensa escrita con mayor circulación, que domina alrededor del 90% del mercado entre los diarios **La Nación, Al Día, El Financiero, y Revista La Nación,** está controlada por el mismo grupo de accionistas encabezado por **Jaime Solera Bennett, Manuel Jiménez de la Guardia, Francisco Mendiola Bengoechea y Fernando Madrigal Antillón,** que además controlan otra de las empresas más grandes de radio, el **Grupo Latino de Radio**

Todos estos propietarios mezclan una gran variedad de negocios - bancos, aseguradoras, exportadoras, procesadoras, importadoras, empresas de telefonía y cable, transmisión de datos inalámbricos, gaseosas, comercializadoras de agua, etc. - con la propiedad de los medios masivos de comunicación. Reconocen que mantener un cerco mediático, donde no permiten que hablemos los pueblos, es fundamental para seguir sus atropellos y despojos sin que nadie los cuestione.

Pero nada es irremediable, y no hay silencio que dure cien años, ni pueblos que lo aguenten. Por eso te invitamos a construir medios de comunicación populares, comunitarios, libres e independientes, que defiendan los intereses de las comunidades, pueblos y organizaciones populares e indígenas.

ACTIVIDAD

Durante una semana, fíjate en los productos que consumes, los canales de televisión que ves, los comerciales que escuchas, las tiendas en que compras. ¿A qué pulpo pertenecen? Anota en tu libreta los resultados.

LOS DERECHOS A LA COMUNICACIÓN

Como hemos platicado a lo largo de este libro, podemos decir que Comunicación viene de comunidad. Que comunicar es poner en común, es compartir, es ponerse de acuerdo, o por qué no, tener diferencias pero dialogando. Y que no sólo la radio, la televisión, el correo electrónico, el internet o los periódicos sirven para comunicar, sino que también en nuestro hablar y convivir diario con las demás personas, estamos comunicándonos.

También hemos visto como todas las personas tenemos capacidad de comunicación. Por medio de la comunicación interactuamos, vivimos en familia y en sociedad, nos organizamos y nos reunimos. Al dialogar e intercambiar ideas, se abren espacios para reflexionar y preguntarnos sobre nuestra situación, llegando también a identificar y cuestionar las relaciones de poder entre las personas y abriendo el camino para una posible transformación.

Si vemos que la comunicación es central para nuestro desarrollo como personas, también podemos decir entonces que la comunicación es básica para alcanzar nuestros objetivos y metas en otras áreas como la económica, la política, lo social y lo cultural. Es decir, la comunicación viene siendo un DERECHO HUMANO.

Un Derecho es el poder o la capacidad de hacer que tenemos las personas, pero cuando hablamos de DERECHOS HUMANOS, esto quiere decir que como seres humanos tenemos que tener garantizadas ciertas condiciones materiales, emocionales y sociales que nos permiten tener una vida digna, sana, segura y completa.

Nuestros Derechos Humanos nadie nos los puede ni debe quitar, por eso están protegidos dentro de las constituciones y leyes, y los mismos Estados deben respetarlos y asegurar que sean cumplidos.

¿Y CUÁLES SON NUESTROS DERECHOS HUMANOS?
Vida, Educación, Alimentación, Salud física y Salud Mental, Vivienda, Trabajo y Salario Justo, Seguridad, Integridad, Dignidad, Libertad (de la persona, pensamiento, circulación, expresión, asociación) y Organización.

Fuente: Otros Mundos Chiapas, México, 2008, Gustavo Castro.

¿Crees que sin comunicación podríamos tener una vida digna, con acceso a la educación, a una vivienda, a la salud, a un trabajo y salario justos, y ser libres para reunirnos, movernos de un lugar a otro o expresarnos?

Muchos pueblos, comunidades y personas alrededor del mundo han pensado que nada de eso sería posible si no tenemos las condiciones y la posibilidad de comunicarnos. Por eso han luchado y trabajado duro para entender como funciona la comunicación, para tener acceso a la información, así como el espacio y la libertad de expresarse, pero además también han llamado la atención sobre

la necesidad de que la misma gente (y no sólo un empresario rico) sea la dueña de sus propios medios de comunicación y administre, controle y decida sobre el uso y manejo de la información.

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; ese derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

Declaración Universal de los Derechos Humanos 1948, Artículo 19

Recordemos entonces que COMUNICAR es un conjunto de DERECHOS:

1. Acceso a la información
2. La investigación
3. La expresión
4. La difusión

La COMUNICACIÓN tiene 4 brújulas/ guías / principios

1. La LIBERTAD de emitir opiniones sin censura.

2. La INCLUSIÓN relacionada al acceso universal a la educación, la protección a la cultura de las comunidades y el intercambio equitativo de los avances en ciencia y tecnología

3. La DIVERSIDAD cultural, lingüística y de información es clave para la democracia y la participación política.

4. La PARTICIPACION de las personas y los pueblos en los procesos políticos, en la toma de decisiones sobre la vida, el ambiente, el presente y el futuro.

Aquí es importante la equidad de participación de las mujeres y los grupos marginados.

IGUALDAD EN
LA DIVERSIDAD

Los pueblos indígenas en particular tienen garantizados otra serie de derechos para que sean respetados como pueblos originarios.

Hay una ley de derecho internacional llamado **"Convenio No.169 sobre Pueblos Indígenas"** de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), donde se establece el respeto a la cultura, la forma de vida, las costumbre y tradiciones de los pueblos indígenas. Hay muchos otros convenios, tratados y declaraciones internacionales que igualmente garantizan los derechos de los pueblos, y que iremos conociendo poco a poco. Aunque una de las cosas que nos interesa en particular como comunicadoras y comunicadores es empezar a conocer que dentro de estas leyes, el derecho a la comunicación como pueblos indígenas también esta establecido.

Esto quiere decir que se garantiza el derecho a practicar y fortalecer la cultura y las tradiciones, así como usar, desarrollar y transmitir la historia, las tradiciones orales, el idioma, la escritura y literatura, y también crear y controlar medios de comunicación propios, en sus propios idiomas, así como tener acceso a cualquier otro medio de comunicación no indígena.



En México el convenio 169 fue firmado el 5 de septiembre de 1990; en Guatemala fue firmado el 5 de junio de 1996 y en Honduras entró en vigencia el 30 de julio de 1994.

Algunos tratados y declaraciones internacionales que tratan los Derechos a la Comunicación:

Convención Americana Sobre Derechos Humanos
Suscrita en la Conferencia Especializada Interame rica-na sobre los Derechos Humanos. San José Costa Rica, 7 al 22 de noviembre de 1969.

Convención Interamericana de Derechos Humanos
Ratificada por Honduras en 1977.

Declaración Universal de los Derechos Humanos
Adoptada y proclamada por la revolución de la Asamblea General 217 A (iii), del 10 de Diciembre de 1948.



Declaración Americana de los Dere chos y Deberes del Hombre
Aprobada en la Novena Conferencia Internacional Americana, Bogotá, Colombia 1948.

Pacto Internacional de Derechos Civi les y Políticos
Adoptado y abierto a la firma. Ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI).

Convenio No. 169 sobre Pueblos Indíge nas y tribales en países independientes
Adoptado el 27 de junio de 1989 por la Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo en su septagésima sexta reunión.

Entrada en vigor el 5 de septiembre de 1991, de conformidad con el artículo 38.

Declaración de Chapultepec
Adoptada por la Conferencia Hemisférica sobre Libertad de Expresión, en México D.F. el 11 de marzo de 1994.

Declaración Universal sobre Diversidad Cultural de la UNESCO
Adoptada por la Conferencia General de la UNESCO en su 31ª reunión, el 2 de noviembre de 2001.

Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales
Adoptada en París el 20 de Octubre del 2005 por la Conferencia General de la UNESCO.

Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Informa ción (CMSI)
Ginebra, noviembre 2005.



Programa de Acción del Segundo Decenio Internacio nal de los Pueblos Indígenas
Aprobado por la 64 sesión plenaria de la ONU del 16 de diciembre de 2005.

Declaración de la ONU sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas
Aprobado el 29 de junio de 2006 por el Consejo de Derechos Humanos (CDH) de la Organización de las Naciones Unidas.

La comunicadora social guatemalteca Pati Galicia, cuando habla de los derechos a la comunicación nos recuerda que:

Queremos comunicarnos para ejercer nuestro derecho a la palabra.

"La palabra es la vía para recuperar nuestra dignidad"

Es un paso para sentirnos sujetos/ personas con derechos (a la salud, el trabajo, la tierra, el salario, la educación, la libertad, la vida, la seguridad, etc.)

Con la palabra ampliamos nuestras capacidades de comunicarnos dentro de una sociedad determinada.

Por la palabra, construimos nuestra identidad, decimos quiénes somos, qué hacemos y hacia dónde vamos.

En otras palabras…

"Sin el derecho a la palabra no puede haber educación, ni derechos humanos, ni paz, ni justicia social, ni nada".

María Suárez
Radio FIRE Costa Rica

LEGALIDAD VS
LEGITIMIDAD

Como introducción a una discusión más amplia sobre el derecho a la comunicación, queremos empezar con una reflexión sobre unos términos que están al fondo de este debate. Legalidad y Legitimidad. ¿Qué quieren decir y por qué es importante entender las diferencias y/o semejanzas entre estas dos ideas?

El Diccionario dice:

Legal:

Principio jurídico en virtud del cual los ciudadanos y todos los poderes públicos están sometidos a las leyes y al derecho.

Legítimo:

Justo, lícito, conforme a la moral, genuino, verdadero.

En los talleres nos han dicho:

Legalidad:

Tiene que ver con abogados

Estar de acuerdo o en el marco de las leyes

Implica la autorización de una instancia jurídica

Títulos (para la tierra, ej.), permisos, licencias

Leyes que las hacen diputados, abogados, se aprueban en el congreso

Vienen de los de arriba

Legitimidad:

Propio, tiene apoyo del pueblo

Algo que proviene del mismo lugar

(Radio) que tenga una variedad de perspectivas, no sólo una

(Radio) que la información sea del interés del pueblo, viene desde los pueblos, de abajo



Según lo que nos enseñan en las escuelas, las leyes fueron creadas para el beneficio de la sociedad en general, para regir las formas en que actuamos y que nos interactuamos para asegurar que ninguna persona pudiera ir cometiendo barbaridades contra otra gente sin que se le castigara.

El peso del castigo, se pensaba, serviría también como aviso para prevenir que se cometieran ciertos actos generalmente acordados como inaceptables en cada sociedad, y así prevalecería el orden y la paz social. Nos dicen que las leyes siempre están basadas en la razón, en el sentido común que poseemos tod@s como seres racionales y por lo tanto son necesariamente legítimas.

Sin embargo, hay otra parte de esta historia que no nos cuentan y tiene que ver con la gente que redactaba (y que sigue redactando) estas leyes - ¿Quiénes eran, y quiénes son ahora?. Aunque es cierto que la mayoría de las leyes tal vez sean muy razonables, este discurso también sirve para enmascarar la realidad de desigualdad y de pobreza en que vivimos la mayoría.



Si bien está permitido por la ley que unos cuantos ricos saqueen los recursos naturales y que nos exploten en el trabajo tanto en el campo, como en la ciudad, pero está prohibido que un pobre robe comida para dar de comer a su familia o tener un pedazo de tierra para cultivar y vivir- ¿será legítimo esto?

Sabemos que existen grandes divisiones en nuestras regiones, países y en el mundo entero, entonces se empieza a profundizar esta idea de legalidad tal como nos la enseñaron una vez, viendo que hay veces que las leyes sirven para defender los intereses de unos cuantos a costo de las necesidades de la gran mayoría.

Así entonces no todo lo legal es legítimo, ni todo lo legítimo legal.

Esta discusión sirve como punto de partida para un debate mucho más amplio sobre el derecho que tenemos a la comunicación.

La mayoría de las radios comunitarias, indígenas, libres o alternativas en nuestras regiones no gozan de ningún reconocimiento legal e incluso sufren amenazas, hostigamientos y ataques por las llamadas fuerzas del orden, sin embargo son proyectos comunitarios y participativos y por lo tanto legitimados por nuestras comunidades.

Más adelante veremos que también existen muchas leyes, si no a nivel nacional entonces a través de convenios y acuerdos internacionales ratificados por nuestros países, que protegen a nuestras radios y proyectos de comunicación a nivel legal.

Tampoco se contradicen siempre las ideas de legalidad y legitimidad pero es importante empezar a analizar qué implica cada una, porque a lo largo de las Américas hay gente que está encaminando luchas no sólo para defender la legitimidad de sus radios, sino para exigir que éstas sean reconocidas legalmente como manifestaciones legítimas del ejercicio al derecho a la comunicación que tenemos como campesin@s, indígenas, obrer@s, estudiantes, jóvenes, ancian@s, hombres y mujeres.



LA TRIPLE
OPRESIÓN

¿Qué significa opresión? ¿Te has sentido alguna vez oprimido u oprimida? ¿Has oprimido alguna vez a otra persona?

A lo mejor te preguntarás que tiene que ver esto con comunicación, que es el tema en que nos estamos capacitando. Pues después de muchos años trabajando mano a mano con organizaciones populares, campesinas e indígenas, con grupos de mujeres, y partiendo de nuestra propia experiencia personal, hemos visto que, en el proceso de capacitación de un comunicador o comunicadora popular, es importante añadir otros elementos que van más allá del aprendizaje del equipo de la radio y de la producción radiofónica. Vimos que en las radios con las que trabajábamos, y dentro de nosotros y nosotras mismas, hay elementos impuestos por la sociedad que nos limitaban como comunicador@s y como personas. Y que tenían que ver con lo que nos habían enseñado desde chiquit@s, en la familia, en la comunidad, en la escuela... y en los medios de comunicación.

Como ya hemos visto, los medios de comunicación comerciales nos imponen unas imágenes del mundo que chocan con los ideales o principios que como pueblos estamos construyendo. Sus mensajes contribuyen a reforzar relaciones de poder, a generar situaciones de opresión de un@s sobre otr@s. Al recibir estos mensajes desde los medios, y también desde todas las demás esferas de nuestra vida, acabamos por asumir como inevitable nuestra posición de inferioridad como pueblos indígenas y afrodescendientes, como mujeres, como campesinos y campesinas, como gente humilde que somos. Y lo peor es que muchas veces reproducimos esa visión del mundo en que unos son los que están arriba y otros y otras los que están abajo.

Por eso pensamos que es importante parar un momento, dejar las grabadoras un ratito, y reflexionar sobre este tema. Porque como comunicadores y comunicadoras, nuestro rol de difusores de contenidos cobra mayor responsabilidad. Y porque, tras hablar del trabajo en equipo y de su importancia en el día a día en una radio comunitaria, es fundamental ver de qué manera estamos reproduciendo situaciones de opresión y de que manera combatirlas. Para así generar espacios de trabajo donde todos y todas tengamos las mismas oportunidades de participar en condiciones de igualdad y respeto.

Entonces vamos a platicar acerca de los diferentes tipos de opresión que vivimos y que a veces reproducimos, para ver como, desde nuestra posición en una radio comunitaria, podemos contribuir a ir poco a poco rompiendo esos círculos que no nos dejan expresarnos libremente y que nos limitan como pueblos originarios, como mujeres, como campesinas y campesinos.

"Oprimir es imponer por la fuerza" dicen las mujeres mayas del grupo Kaqla.

La opresión también puede ser entendida como ejercer **PODER SOBRE:**

El Poder Sobre "consiste fundamentalmente en la posibilidad de decidir sobre la vida del otro; en la intervención con los hechos que obligan, circunscriben, prohiben o impiden. Quien ejerce el poder somete e interioriza, impone hechos, ejerce el control, se arroga el derecho al castigo y a conculcar bienes reales y simbólicos, en definitiva domina."

(Lagarde, 1990)





A lo largo de la historia han habido muchas formas en que a nuestros pueblos se les ha explotado, marginalizado e intentado dominar. El colonialismo, las dictaduras políticas, y ahora mas actualmente la globalización - el interés de expansión del mercado, que lleva de la mano al consumismo- son algunos de estos hechos. Ya sea por la fuerza o intentando buscar justificaciones, tratando de convencernos de que es *"normal"* y *"así deben de ser las cosas"*, con tal de que algunas personas, grupos o países puedan controlar y hacer lo que quieran con la tierra, las personas, los recursos naturales, la fuerza de trabajo, las creencias y la cultura.

La opresión no es que sea de una forma solamente, o que venga de un solo lugar, por eso se habla de que hay **diferentes niveles de opresión**:

INSTITUCIONAL:
La opresión que viene de instituciones sociales, como el gobierno, el ejército o los medios de comunicación.

INTERPERSONAL:
La opresión entre personas. Puede ocurrir entre personas del mismo grupo o entre personas de diferentes grupos.

INTERIOR:
Cuando nos atacamos a nosotros y nosotras mismas, cuando creemos mentiras sobre nosotras y nosotros mismas y nuestra gente. Es decir que la opresión es tan fuerte y se ha metido tanto dentro de cada uno y una de nosotras que nos hace reproducir opresión en nuestras familias y comunidades y con nosotros y nosotras mismas. Por ejemplo, a veces sentimos que lo que nos pasa es porque lo merecemos.

Para Franz Fanon y las Mujeres Maya de Kaqla:

"Los oprimidos interiorizamos la visión que el opresor tiene de nosotros. Así, unos más que otros, de una manera u otra, hemos sido oprimidas porque somos parte de una relación de poder, en la que nosotras *"No somos"*, no ejercemos el poder. Esa relación de poder de años, de siglos, hace que introduzcamos en nuestro interior elementos de la visión del opresor y eso se lo transmitimos a nuestros hij@s, niet@s y bisniet@s. La peor es que, cuando alguien se libera de esos elementos opresores, nosotras mismas como seres oprimidas, decimos: ¡Eso no se hace! ¡Cuidadito te sales de las costumbres!, sin darnos cuenta que muchas de esas conductas, las hemos aprendido de los opresores".

Franz Fanon, un hombre afrodescendiente de Martinica fue un pensador y escritor que se enfocó en el tema de la descolonización y psicopatología de la colonización. Sus trabajos, principalmente "Los condenados de la tierra", han inspirado movimientos de liberación anticolonialista durante más de cuatro décadas.

En el terreno del convencimiento, la comunicación juega un papel central.

Por un lado quienes han tenido en sus manos el poder de la palabra, han podido decir su versión de las cosas, dar a conocer sus ideas, sentimientos y opiniones, las cuales la mayoría de las veces recibimos como si fueran verdades, sin hacer mucha pregunta o reflexión sobre eso que nos están presentando o diciendo.

Con el paso del tiempo y el desarrollo de diferentes herramientas de comunicación, las palabras e ideas han sido difundidas a través de diferentes medios de comunicación, llegando así a mucha gente.

Y estos medios de comunicación – *la televisión, la radio, la prensa, el cine, la música* – han sido usados por los grupos de poder para imponer su visión del mundo y hacer que veamos como *"normal"* el vivir en desigualdad y opresión.

¿QUÉ FORMAS DE OPRESIÓN EXISTEN?

RACISMO

El Racismo es el sistema de opresión basado en el color de la piel, la etnia y la raza. Es una ideología que nació del colonialismo en donde la gente blanca o ladina cree que son superiores a la gente indígena, morena, o afrodescendiente.



¡el racismo es ilegal!

En México, existe la **Ley Federal Para Prevenir y Eliminar la Discriminación** que dice que la discriminación, exclusión o impedimento de derechos basada en el origen étnico nacional, el sexo, la edad, una discapacidad, la condición social o económica, las condiciones de salud, el embarazo, la lengua, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otro motivo, es ilegal.

En Guatemala, existe la **Comisión Presidencial para la Prevención del Racismo y la Discriminación**. En 2005, Rigoberta Menchú, la Premio Nobel de la Paz en 1992, ganó un caso legal contra cinco seguidores del general golpista José Efran Ríos Montt, dentro de esa Comisión. Fueron condenados de dos a tres meses de prisión por agredir con insultos racistas a Rigoberta Menchú. Aunque las sentencias fueron muy ligeras, tuvo mucha importancia ya que fue la primera condena por racismo.

En Honduras, el **artículo 60** de la Constitución dice que todas las personas hondureñas son iguales ante la ley y que toda discriminación por motivo de sexo, raza, clase y cualquier otra lesiva a la dignidad humana será castigada.

SEXISMO

El sexismo es el sistema de opresión en el que las personas ejercen dominación sobre otras en función de su sexo. Históricamente, sobre todo han sido hombres que ejercen dominación sobre las mujeres. Este sistema niega los derechos de las mujeres como la libertad, la igualdad, y una vida sin violencia.

¡El sexismo el ilegal!

En México, además de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, existe una Ley General que se llama **"Sistema Nacional de Prevención, Protección, Asistencia y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres y las Niñas"**, que trata específicamente sobre la violencia en lugares conocidos, como el hogar, el trabajo, la escuela, o espacios públicos.

En Guatemala, existe la Iniciativa 3770, **"Ley Contra el Femicidio y otras Formas de Violencia contra la Mujer"**, que tipifica el asesinato de mujeres como delito, estableciendo duras sanciones contra todo tipo de violencia por cuestión de género.

En Honduras la **"Ley para la Prevención, Sanción y Erradicación de la Violencia contra la Mujer"** existe desde 1997, aunque en el año 2006 fue modificada para incluir mayores castigos y aclarar los mecanismos de coordinación y seguimiento para verdaderamente erradicar la violencia contra la mujer.



"Es importante que en sociedades patriarcales en las que las mujeres hemos tenido papeles subordinados se admita que hay violencia en contra de las mujeres, por el simple hecho de ser mujeres, este es el primer paso que contempla la ley. Pero, además de las sanciones, considera la prevención. Esto es quizás lo mejor, porque debe castigarse para evitar que las agresiones sigan sucediendo, pero lo que se necesita es un cambio cultural. Implica que no haya impunidad."

Walda Barrios-Klee

CLASISMO

El Clasismo es el sistema de opresión en que los ricos y terratenientes dominan a la gente pobre y sin tierra. Incluye la discriminación diaria de gente pobre, y la exclusión de la política y otros espacios públicos.

El capitalismo apoya esta relación de poder, ya que es un sistema en donde las personas ricas se hacen más ricas, a base de la gente pobre.

En México, existe la Ley Federal Para Prevenir y Eliminar la Discriminación, y en Guatemala la Ley Contra Discriminación y Racismo que incluye la discriminación por clase; en Honduras, la propia constitución establece que *"en Honduras no hay clases privilegiadas"*.

En Guatemala, más de 80% de la población vive en la pobreza, en México, más de 50%, y en Honduras el 50.7%. Así vemos que la mayoría de la gente no está representada en el gobierno ni en las leyes.



ACTIVIDAD

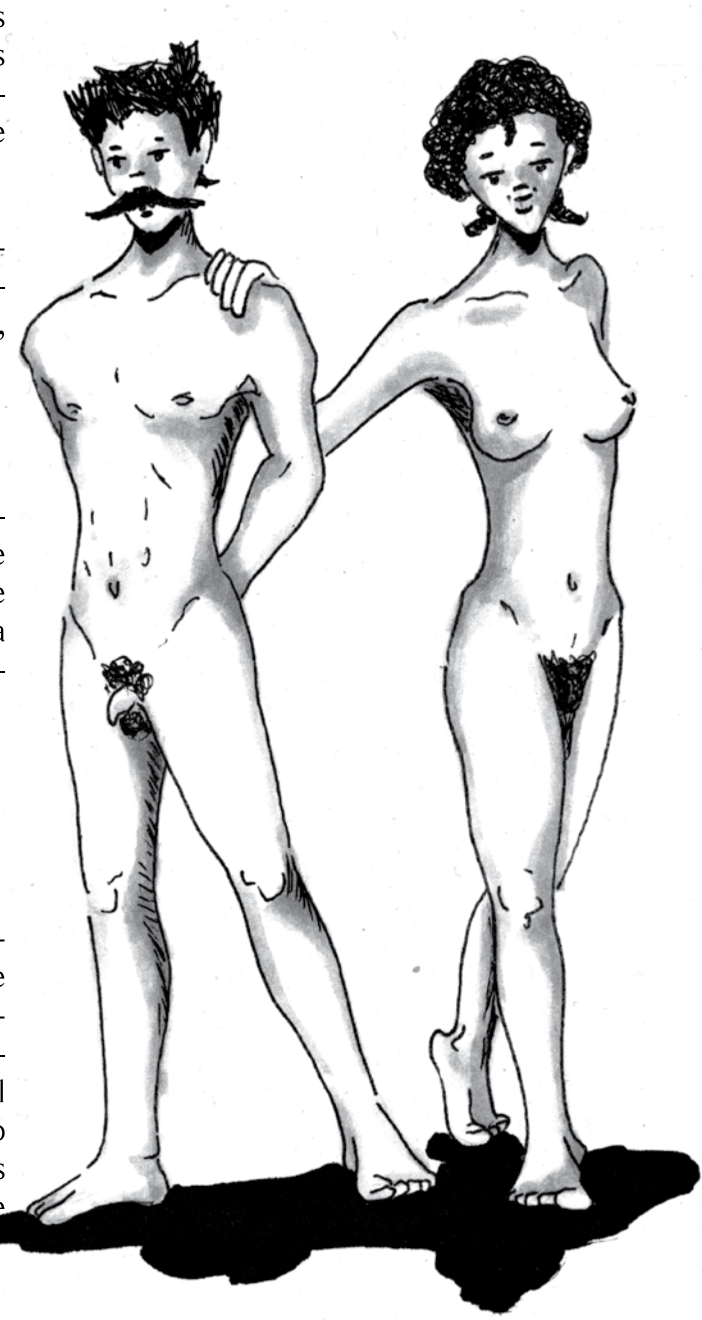
Pensemos en un momento en que nos hayamos sentido oprimidos u oprimidas. Recuerda alguna situación muy concreta en la que sentiste que otra persona o personas, o alguna institución (la escuela, la iglesia, la familia, los medios de comunicación, etc.) ejerció poder sobre tí. Cierra los ojos e intenta imaginarte como se dio la situación, como te sentiste, si reaccionaste o no, o cómo actuaste.

Ahora reflexiona: de los tipos de opresión antes vistos, ¿a cuál crees que se corresponde el momento que viviste? Se puede compartir esta actividad en colectivo, y comparar entre todos y todas si las situaciones que vivimos se parecen o no, o si coinciden los tipos de opresión que sufrimos.

SEXO Y
GÉNERO

A lo largo de la Escuela hemos ido analizando de qué manera la sociedad nos impone roles que nos crean opresión y limitan nuestra manera de expresarnos y vivir como hombres y mujeres (pero también como pueblos indígenas y afrodescendientes, como campesinos y campesinas), ya que, a base de estar recibiendo ésos mensajes desde que nacemos, acabamos por reproducirlos en nuestros espacios personales, de trabajo y de lucha.

Pero, ¿qué es eso exactamente que es creado por la sociedad y que nos es impuesto? Para continuar reflexionando sobre este tema, y profundizando un poco más, vamos a analizar los conceptos de Sexo y Género.



SEXO

Tiene claras raíces biológicas y debe ser visto como "natural". El sexo determina biológicamente la función de la reproducción humana y, parcialmente, una serie de características corporales. Sin embargo, esta base física dice muy poco sobre los comportamientos y las capacidades de las personas.

Ej. Los hombres tienen pene y las mujeres vagina.

GÉNERO

Este concepto hace referencia a las diferencias socialmente construidas entre los sexos. Es una noción que apunta a características que tienen que ver con cultura, ideología y socialización, que tiene profundas relaciones con lo material. El género es un concepto social sujeto al cambio. Cada sociedad construye un conjunto de comportamientos y capacidades de los cuales unos serán considerados propios de los hombres y otros de las mujeres.

Ej. Los hombres trabajan y las mujeres cocinan, limpian, cuidan a los y las hijas, etc.

ACTIVIDAD

En base a los dibujos anteriores, hagan una lista de las características distintivas que definen el SEXO de las mujeres y de los hombres. Después hagan otra lista con las características distintivas que definen el GÉNERO de mujeres y hombres.

Reflexionemos:

- ¿Qué diferencias hay?

- De esas diferencias, en cuanto al SEXO y al GÉNERO de hombres y mujeres, ¿cuáles creemos que tienen que ver con las funciones biológicas o físicas de unos y otras? ¿Cuáles creemos que tienen que ver con los papeles que la sociedad nos da a unos y otras?

- ¿Qué características distintivas de hombres y mujeres pensamos que NO se pueden cambiar? ¿Cuáles pensamos que SI se pueden cambiar?

GÉNERO:

DISTINGUE LO QUE ES BIOLÓGICO Y LAS COSTUMBRES

Para distinguir esa diferencia entre lo que es biológico y las costumbres, es que aparece el concepto "Género". Con esa palabra se quiere acabar con la confusión que causa nombrar de la misma manera a dos cosas tan diferentes.

*El **sexo** es una palabra útil para identificar una característica biológica, la diferente función reproductiva de los machos y las hembras de la especie humana.*

*El **género** nombra las ideas que cada sociedad tiene sobre esa diferencia biológica. Señala el hecho de que las diferentes conductas y actividades de las mujeres y hombres son hechos sociales, construidos, que se pueden cambiar, y no formas biológicas con las que se nace. (...)*

En otras palabras, el que las mujeres puedan parir no significa que nazcan sabiendo cómo chinear a un bebé, cómo preparar un atol de elote, o cómo hacer que las tortillas les salgan redondas. Todo eso lo van a aprender desde muy pequeñas.

El que los hombres puedan embarazar no significa, tampoco, que nazcan sabiendo jugar fútbol o que sepan cómo hablar en público o que no puedan aprender a cocinar. Todo eso también lo van a aprender y lo harán, al igual que las niñas, desde muy pequeños, sin que se den cuenta cómo.

Del libro El ABC del Género, Equipo Maíz.

Teniendo más clara la diferencia entre un concepto y otro, las realidades que encierran y cómo nos afectan, es más fácil luchar contra ellas y cambiarlas para establecer relaciones y actitudes más igualitarias y respetuosas entre compañeros y compañeras en el espacio de la radio (y en cualquier otro espacio).

A veces, vemos que en las mismas radios comunitarias se hacen afirmaciones acerca de las habilidades y aptitudes de compañeros y compañeras que, si las analizamos bien, vemos que responden a desigualdades en razón del GÉNERO, desigualdades creadas social y culturalmente, más que a desigualdades en razón del SEXO, biológicas o físicas.



Por ejemplo, el hecho de que casi siempre son los compañeros los que manejan el equipo (mezcladora, transmisor, grabadoras, etc.), porque se piensa que "las mujeres no saben de tecnología, arruinan los aparatos". O que las compañeras acaban siempre limpiando la cabina, porque "a ellas se les da mejor".

Estas creencias, que no tienen nada que ver con cómo es y qué podemos hacer con nuestro cuerpo, sino sobre cómo nos han dicho que tenemos que comportarnos, para qué servimos y para que no, por el hecho de ser mujeres o hombres, y están tan arraigadas en nuestra vida que acabamos por creerlas.

¡Ojo! Tanto hombres como mujeres contribuimos a reforzarlas.

Así que, compañera, la próxima vez que te encuentres trapeando la cabina de la radio, mira tus manos y tus brazos y pregúntate si son diferentes a las del compañero que hecha el fresco fuera. Si él no podría, exactamente de la misma manera que tú, limpiar y ordenar la cabina de la radio, además de locutar y hacer entrevistas.

Compañero, la próxima vez que estés operando la mezcladora y pienses que no puedes salir un momento, porque eres el único que puede manejar el equipo, mira a la compañera que está afuera, y pregúntate si realmente ella no es capaz de aprender a usarlo, igual como hiciste tú.

El reflexionar y tratar de aclarar estos conceptos, y así ser conscientes de las desigualdades que existen entre nosotros y nosotras, el pensarse capaz de cambiar un sistema impuesto porque no nos gusta y nos oprime, nos permite trabajar con mayor libertad (ser más libres en general), y nos da elementos para transmitir estos contenidos a través de la radio, para que así más compañeros y compañeras sean conscientes de las realidades que viven y por qué las viven.

ACTIVIDAD

Hagan una lista de todas las tareas que se llevan a cabo diariamente en la radio. No olviden ninguna, desde las que tienen que ver con el mantenimiento del espacio hasta la operación, locución y reporteo.
Al lado de cada tarea, anoten si es un compañero o una compañera quien se hace cargo.

Reflexionemos:

¿Qué observamos?

¿Qué tipo de tareas acostumbran a hacer los hombres en nuestra radio?

¿Qué tipo de tareas acostumbran a hacer las mujeres en nuestra radio?

¿Los hombres SÓLO pueden hacer esas tareas?

¿Las mujeres SÓLO pueden hacer esas tareas?

A compañeros y compañeras que participan en la radio, ¿les gustaría hacer otras tareas, además de las que generalmente hacen?

EL PATRIARCADO
LOS CÍRCULOS SOCIALES QUE LO REFUERZAN

El sol rige nuestra vida: la hora en que nos levantamos, y nos vamos a dormir; la siembra y la cosecha, marca el paso de los días. Y si nos exponemos mucho a él, nos puede quemar o cegar...

Ahora mira este dibujo de la pagina siguente

¿A qué te recuerda? Se parece un poco a los dibujos del Sistema Solar que podemos encontrar en los libros escolares, ¿verdad? Pero en este caso quien está en medio no es el Sol, sino TÚ.

Y lo que está a tu alrededor no son planetas o satélites, sino Instituciones: La Escuela, la Iglesia, la Comunidad, la Familia y los Medios de Comunicación. Estas Instituciones (y otras, como el trabajo, los amigos y amigas), ejercen un fuerte poder e influencia sobre nosotros y nosotras, al igual que el Sol sobre los planetas. Nos rodean y, desde que nacemos, nos hacen llegar sus mensajes.

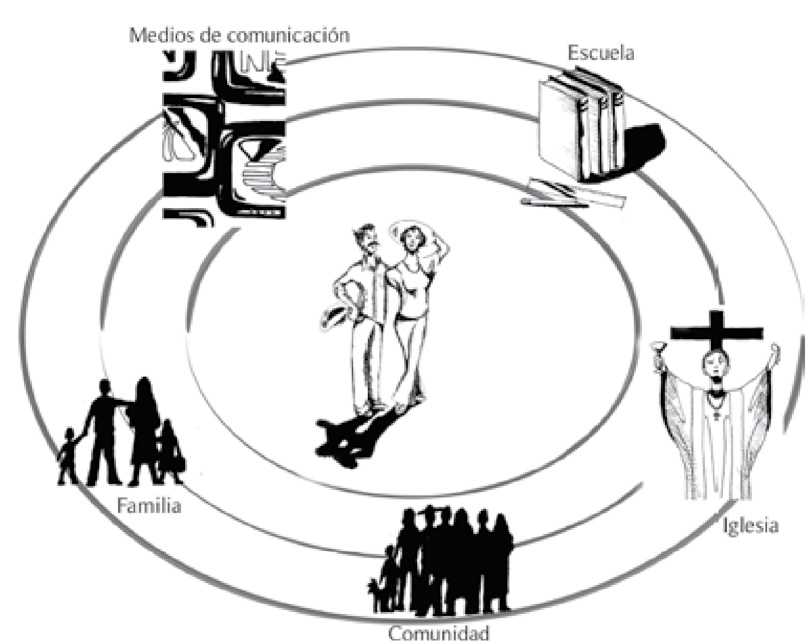
Ahora vamos a pensar:

¿Qué me decía la Escuela sobre cómo debía ser como mujer? ¿Y cómo hombre?

Y vamos a hacernos la misma pregunta con el resto de Instituciones, haciendo memoria, buscando en los recuerdos de cuando eramos niños y niñas, y también pensando en cómo es la situación en el presente.

En un taller con compañeras radialistas en Guatemala, al recordar qué les decía la Escuela, la Familia, la Iglesia, la Comunidad y los Medios de Comunicación sobre cómo debían comportarse por ser mujeres, las compañeras escribieron cosas como éstas:

Instituciones sociales
donde aprendemos nuestros roles de género y nuestra identidad



"En mi casa me decían cuando era niña que las mujeres nacieron para servir y que no valen"

"Mi mamá no me mandaba a la Escuela, porque decía que no, que las mujeres no tienen derecho a la educa ción"

"Que tenía que cuidar la casa, los animales y los hijos"

"En la comunidad me decían que no debo salir a jugar porque soy mujer, y que si jugaba, sólo con niñas, no con varones"

"En la escuela me decían que yo no tenía que usar pantalón, porque el pantalón es sólo para los hombres"

"En la comunidad decían que las mujeres no teníamos que ir a estudiar, porque sólo a buscar hombres vamos"



Entonces, cuando desde los diferentes espacios en que nos movemos y nos rodean, nos están enviando el mensaje de que las niñas, las mujeres, tienen menos oportunidades que los niños; que las mujeres tienen que aprender a hacer el oficio porque su espacio está en la casa; que es nuestra obligación cuidar a los niños y niñas porque para eso nacimos; que no tenemos derecho a la educación, y asi una serie de ideas.

Entonces se crea una situación de opresión, donde las oprimidas son sobre todo las mujeres, porque se les están limitando sus potencialidades, lo que son capaces de hacer, y se les hace creer que, "por naturaleza", están incapacitadas para hacer unas cosas (por ejemplo hablar en público, participar en actividades comunitarias, estudiar y formarse, ser autoridades, divertirse) y capacitadas para hacer otras (limpiar, cocinar, cuidar a l@s niñ@s y el esposo, guardar silencio, aguantar los golpes, etc.).

De igual manera, hay una serie de mensajes que se dan a los hombres desde las mismas Instituciones, y que también limitan la vida de los compañeros, les impiden ser libremente. Por ejemplo, se dice que "por naturaleza", el hombre es de la calle, es quien trabaja fuera de casa, quien tiene capacidad de hablar en público, de tomar decisiones, de ser autoridad. Y que no puede chinear a un bebé, cocinar, limpiar, llorar o expresar sus sentimientos, entre otras cosas.

Todos estos mensajes no es que nos los transmita una persona, o dos, o tres, esque vienen de todos lados, como la luz del sol, que lo inunda todo y llega hasta el último rincón, ejerciendo su influencia sobre todas las cosas sobre la Tierra.

Entonces hay que entender esa situación de opresión, no como un hecho aislado, que sólo me pasa a mi, que sólo me pasa una vez, sino como un SISTEMA, en el que se da una situación sistemática de dominación en la que las oprimidas son el conjunto de las mujeres, pero que, bajo la influencia de ese mismo sistema, también los hombres se ven afectados.
Un sistema que no es como el Sistema Solar, porque no es algo natural. No podemos cambiar el orden de los planetas, evitar que el sol salga, cambiar las épocas de cosecha... Pero SI PODEMOS cambiar el Sistema Patriarcal, porque hemos visto que no es algo natural, que se fundamenta en las desigualdades de Género, que no son naturales sino sociales y culturales.

Tanto las identidades como los papeles asignados socialmente a ambos géneros, son de origen cultural, por tanto **APRENDIDOS** y, por tanto **CAMBIABLES**. De todas y todos dependerá –en mayor o menos medida- romper moldes, cambiar actitudes, no limitar potencialidades o capacidades a ningúno de los dos géneros, en definitiva… evolucionar hacia la concreción de un ser humano más integral.

EL EQUILIBRIO
HOMBRE-MUJER DENTRO DE LA COSMOVISION MAYA

Pero, ¿será que el sistema patriarcal ha existido desde siempre?

La Unión Verapacense de Organizaciones Campesinas – UVOC, organización de base *queq'chí, ach'i* y *pocom'chí*, con sede en Alta Verapaz, Guatemala ha hecho todo un proceso de reflexión y análisis sobre los orígenes de la desigualdad entre hombres y mujeres, partiendo de su manera de entender el mundo según la cosmovisión maya.



"(...) queda claro que uno de los orígenes del desequilibrio que hacían posible la dominación y que lograron la imposición de otra forma de vida, con el capitalismo, la propiedad privada, la organización familiar para el trabajo servil o gratuito y el sistema de leyes occidentales y patriarcales, la forma de ver y entender el mundo de mujeres y hombres."

UVOC 2008.

Entonces vemos que el Sistema Patriarcal, según esta teoría, viene de la mano de otros sistemas, como el capitalismo, el que llega con la invasión española. Antes de la llegada de los españoles, según numerosas investigaciones, no existía una desigualdad entre hombres y mujeres, un modelo de opresión de unos sobre otras, por la misma manera de concebir el mundo y las relaciones entre sus elementos que los y las ancestras tenían.

"La cosmovisión maya parte del principio que cada persona debe vivir en equilibrio y armonía con la naturaleza, y para que este principio se grafique en la realidad todas y todos los seres humanos debemos respetarnos a nosotros y nosotras mismas, y a todas las demás personas y seres.

Para la cosmovisión maya no hay femenino sin masculino, no hay día sin noche, no hay unidad sin la colectividad, no hay madre tierra sin padre sol, de tal manera que hombres y mujeres fueron creados para complementarse o ser interdependientes y no para oprimirse entre unos y otros, por eso las actitudes y prácticas de supremacía y superioridad sobre otras y otros nos dañan a nosotros y a nosotras mismas, porque en la visión maya hombres y mujeres guardan su integridad y su propia especificidad y como seres humanos guardan su relación con la naturaleza, con los otros seres que la habitan y con el cosmos"

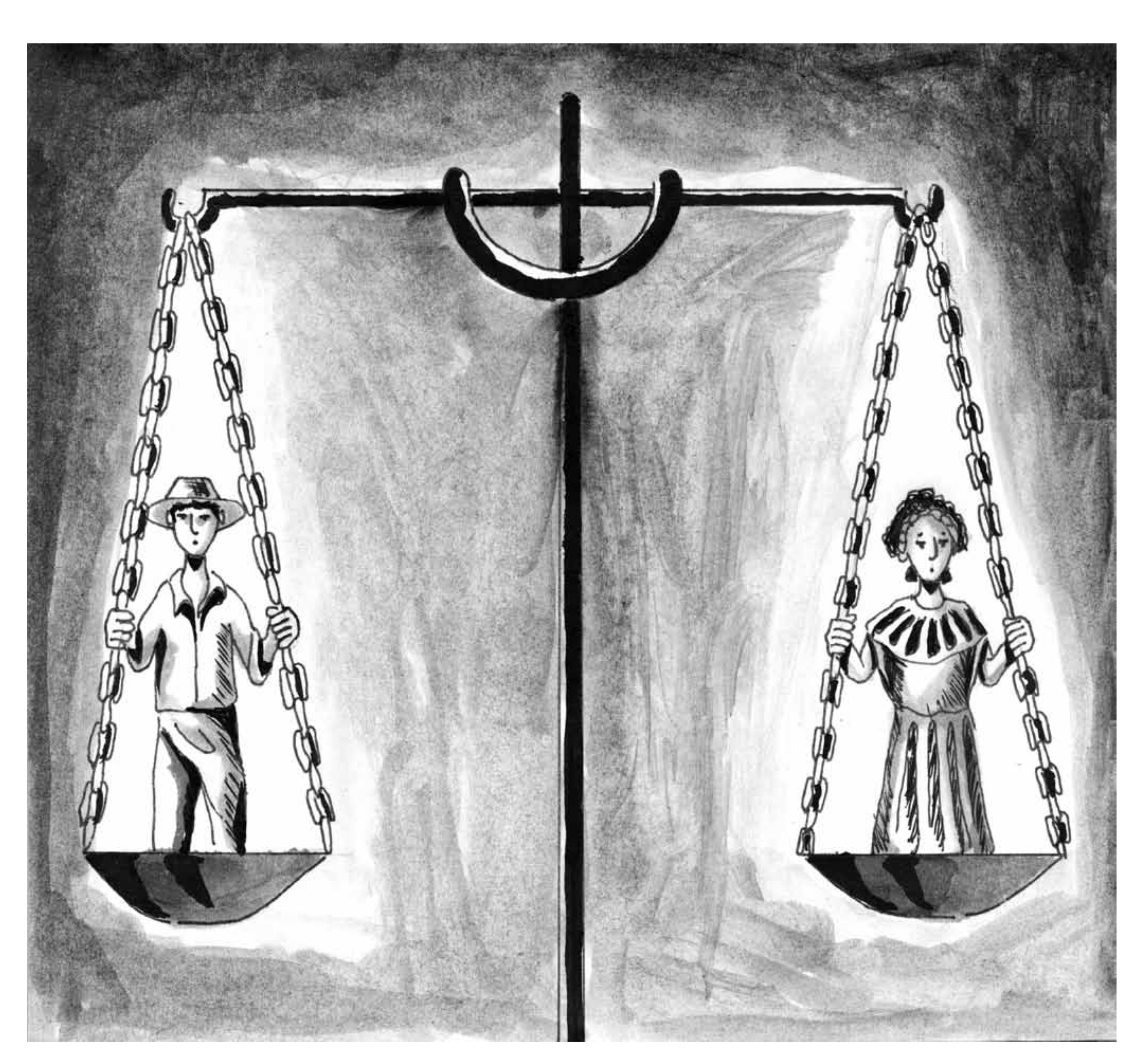
Carmen Álvarez Medrano, en "La Encrucijada de las identidades. Mujeres, feminismos y mayanismos en diálogo".

Entonces vemos que, según las cosmovisiones (maneras de entender el mundo) y el contexto histórico, las desigualdades se ven de manera diferente, y el Sistema Patriarcal, como fruto de diferentes factores.

Pero es muy importante conocer la manera de relacionarse de hombres y mujeres en el pasado, cómo construían esas relaciones nuestros ancestros y ancestras, y por qué y cómo cambió la situación.

Porque ser conscientes de eso nos lleva a reformularnos, re-preguntarnos, acerca de la pretendida "naturalidad" de la opresión que vivimos por el hecho de ser mujeres o ser hombres.

Conociendo cómo eran las cosas antes, aspiramos a cambiar el presente, porque sabemos que se puede.



HERRAMIENTAS
DE LA COMUNICACIÓN POPULAR



LA NOTICIA
POPULAR



¿Qué es?

Los hechos ocurren, las noticias se producen. Entonces una noticia es el relato de un hecho o acontecimiento que ocurrió, ocurre en este momento o está por ocurrir. Si algo pasa en nuestra comunidad, en una comunidad vecina, en otro lugar del país, o en otro país del mundo y nosotr@s, como comunicadores y comunicadoras populares no lo contamos, no producimos una noticia... ¡nuestra comunidad no se va enterar!

¿Para qué sirve?

Una noticia sobre todo sirve para INFORMAR sobre un hecho, pero también puede servir para CONVOCAR a una reunión, ANIMAR si se trata de una noticia positiva, ORGANIZAR, si estamos hablando de una movilización que tuvo lugar o que está por realizarse.

¿Cómo se hace?

1. Antes de ponernos a escribir, conviene tener claridad sobre el hecho de la información. Si no estábamos en persona en el lugar en el que sucedió el acontecimiento, tenemos que buscar la información en otro lado (ver el apartado de "Fuentes): preguntar a los y las vecinas que sí conocen la información, a alguna organización, buscar en los periódicos o escuchar otras emisoras de radio. Depende mucho de dónde haya tenido lugar el acontecimiento (en nuestra comunidad, otra comunidad, otro lugar del país, otro país).

2. Ahora sí, con toda la información necesaria: ¡A redactar la noticia! ¿Qué? ¿Cómo? Pues cada quién tiene su modo y su estilo, que va consolidando con el tiempo y la práctica, pero aquí tienes algunas pautas que te ayudarán a redactar una noticia completa.

Una noticia completita debería contestar a las 6 PREGUNTAS BÁSICAS:

¿QUÉ ocurrió?
Una movilización

¿QUIÉN O QUIÉNES son l@s protagonistas? ¿A quién le sucedió la cosa, quién es la víctima, quién provocó la cosa? Puede haber muchos "quiénes", tenemos que priorizar en la redacción, en orden de importancia.

Convocada por el Consejo Cívico de Organizaciones Populares e Indígenas de Honduras, COPINH, a la que asistieron centenares de sus bases, además de otras personas de La Esperanza.

¿**CUÁNDO** sucedió? Aquí cuanto más precis@s seamos, mejor. Si además de la fecha sabemos la hora, la podemos poner.

La mañana del 10 de marzo de 2010.

¿DÓNDE?

Salió del Parque Central de La Esperanza, recorrió todo el centro para llegar al Palacio Municipal.

.

¿CÓMO? Aquí se trata de explicar los detalles de cómo tuvo lugar el hecho.

Los y las manifestantes gritaron consignas, entregaron volantes y cantaron canciones. Al final se leyó un manifiesto firmado por el COPINH.

¿POR QUÉ? Ésta es una pregunta muy importante, que los medios comerciales muchas veces no contestan. Nos da la información de contexto, las razones que motivaron un acontecimiento.

Para pedir el cese de la tala de los bosques que están llevando ilegalmente empresas madereras con el consentimiento de las autoridades municipales.

Hay veces que no podremos contestar a todas las preguntas porque se desconocen las respuestas, pero es importante que siempre investiguemos bien para, en la medida de lo posible, contestar a todas las preguntas.
Así nuestra noticia estará completa, dando a nuestro público todos los elementos para que comprenda, analice y se posicione frente a la información. De igual manera, es posible que, al investigar un hecho, nos hagamos otras preguntas. Recuerda, una de las tareas del comunicador o comunicadora es preguntarse las cosas, no dar nada por hecho, buscar respuestas.

Estas preguntas son una guía para redactar tus noticias, para no olvidar ninguna, recuerda que siempre las puedes tener a la mano.



SEIS PREGUNTAS
PARA HACER UNA NOTICIA



LA ESTRUCTURA
DE LA NOTICIA

Ahora ya tenemos toda la información relativa a un acontecimiento, pero... ¿cómo la ordenamos? Es como si tuviéramos todos los ingredientes de un pastel, pero necesitamos la receta, para saber qué va antes, y qué después. Para eso, puede ser útil, tener en cuenta algunos consejos que nos ayuden a darle estructura y orden a nuestra información.

Pensemos en un cuerpo humano.

(SOMBRERO) **EL TÍTULO:**

Hay que buscar una frase corta y llamativa, que resuma en pocas palabras lo esencial de la información. El título, como el sombrero, es lo primero que se ve, tiene que ser algo vistoso (¡pero no sensacionalista!), que llame la atención del lector o lectora, para que se detenga a leer lo que sigue.

Gran movilización indígena contra la tala de bosques en La Esperanza

(CABEZA) **EL ENCABEZADO O ENTRADA**: En unas pocas líneas, resumimos la información más importante, lo básico del acontecimiento. Normalmente, en el encabezado se da respuesta a 4 de las 6 preguntas básicas: ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Quién?

Mucha gente no pasa de leer el encabezado de la noticia, así que es importante que, tras redactarlo, lo releamos y analicemos si sólo leyendo esta parte, se entiende la información más importante de la noticia.

En la mañana del día de ayer, 10 de Marzo del 2010, cientos de bases del Consejo Cívico de Organizaciones Populares e Indígenas de Honduras (COPINH), marcharon por las calles de La Esperanza, Intibucá, Honduras.

(TRONCO) **EL CUERPO:** A continuación viene el cuerpo de la noticia, donde podemos desarrollar los detalles de los hechos. Aquí damos respuesta a preguntas que requieren de más explicación o análisis, como el ¿Cómo? o el ¿Por qué?. El cuerpo, como el tronco de un cuerpo humano, es más extenso que el encabezado, que la cabeza.



Es el momento de contextualizar y profundizar en los motivos o razones de un determinado hecho. Algo que los medios comerciales o masivos no acostumbran a hacer.



El motivo de la movilización convocada por el COPINH era dar a conocer la grave situación de tala de árboles que sufren los bosques de Intibucá, a manos de compañías madereras. Estas compañías talan ilegalmente grandes cantidades de árboles, los transportan clandestinamente y los introducen en el mercado, sacando grandes beneficios a costa de un crimen ecológico. El COPINH afirma que toda esta situación se da con el consentimiento de las autoridades municipales intibucanas, quienes sacan provecho personal de este negocio.

Durante la movilización, las bases del COPINH, hombres y mujeres lencas provenientes de tres departamentos del Occidente hondureño, Lempira, Intibucá y la Paz, gritaron consignas contra los madereros y la tala de árboles, repartieron hojas volantes explicando a los vecinos y vecinas de La Esperanza cuál era la situación y cómo les afectaba y cantaron canciones reivindicativas. Al llegar al Palacio Municipal, mientras algunas compañeras voluntarias se alistaban en la improvisada cocina que se montó en un lado del Parque Central, dirigentes del COPINH leyeron un manifiesto en el que exponían los motivos de su protesta y en qué va a perjudicar la tala de árboles a generaciones venideras si no se para la situación. Al final de la actividad, las compañeras de la cocina repartieron frijol y tortilla a los y las manifestantes, y continuaron las consignas y las canciones.

Esta jornada se enmarca dentro de la campaña impulsada por diversas organizaciones populares intibucanas en el último mes. Se han realizado programas radiales sobre el tema, cortes carreteros para informar a los vehículos y para desenmascarar a las rastras que transportan madera clandestinamente. En estas movilizaciones han participado cientos de personas, con una participación especial de compañeras que, acompañadas por sus niños y niñas, han aportado en las actividades de movilización, pero también en la cocina alimentando a los y las compañeras, ya que ven muy importante *parar esta situación de explotación del bosque.*

(LOS ZAPATOS) **EL CIERRE O CONCLUSIÓN**: Para acabar nuestra noticia, a veces es muy bueno usar como cierre una frase que concluya o resuma toda la información, o un llamado a la acción para motivar y movilizar a la gente.

Este cierre movilizador nos puede parecer un poco raro, porque en los periódicos y medios comerciales no solemos verlo. Esto es porque los medios masivos se suelen poner la máscara de "imparciales" u "objetivos", como si no tuvieran una ideología definida y no quisieran posicionarse frente a un determinado hecho. Sabemos que esto no es cierto, que encuentran otras maneras menos visibles de hacernos llegar su manera de ver el mundo. Nosotr@s, como comunicador@s populares no tenemos miedo de posicionarnos y dejar ver cuál es el sentir de nuestra radio o medio de comunicación. Es más, debemos hacerlo, así que un buen cierre con una consigna movilizadora es una manera muy adecuada de cerrar nuestra noticia.

Por el futuro de nuestros bosques, y de nuestros niños y niñas, ¡movilizáte contra la tala ilegal de bosques!

ACTIVIDAD

Cada semana redacta, al menos, una noticia.

Puede ser de tu comunidad o de una comunidad cercana. Recuerda en poner atención a aquellos acontecimientos o hechos que no suelen aparecer en los medios comerciales.

Dedica tu tiempo a recolectar toda la información, entrevistar a las personas que tienen más información, investigar bien los antecedentes y el contexto. Una vez que hayas reunido toda la información, es el momento de redactar tu noticia. Y sobretodo, recuerda pasar tus noticias en la radio, para que así lleguen a mucha gente.

ENTRADA O ENCABEZADO (RESUMEN DE LA NOTA)

CUERPO O DESARROLLO

REMATE, CONCLUSIÓN O LLAMADO A LA ACCIÓN



USANDO LA MANO DE
GÉNERO PARA PRODUCIR NUESTRA NOTICIA

Los hombres y las mujeres vivimos de diferente manera cada acontecimiento. Por las mismas desigualdades que existen entre unas y otros, por los roles o papeles que la sociedad nos impone a hombres y a mujeres, por las distintas maneras de sentir y expresarnos, nos afecta de manera diferente un mismo hecho. Como comunicadores y comunicadoras populares, preocupados y preocupadas por hacer llegar las noticias verazmente tanto a compañeras como a compañeros, es importante tener todo esto en cuenta a la hora de investigar, recabar información y redactar nuestras noticias.

Por eso es bueno que, junto a las 6 preguntas básicas que enumerábamos arriba, y que se representan en la Mano de la Noticia, les sumes la otra mano, la Mano de Género, para redactar noticias completas, respetuosas con todas las perspectivas y sentires de nuestra audiencia.

¿Cómo afecta este hecho a hombres y a mujeres?

En el caso de un alza en el precio de la canasta básica, aunque es algo que afecta a toda una comunidad, lo hace de manera diferente para las mujeres que para los hombres. Para las mujeres va a suponer un replanteamiento de las necesidades de la casa y hacer rendir los pocos recursos con que cuentan, porque suelen ser ellas las que administran el dinero. Para los hombres va a suponer seguramente aumentar las horas de trabajo, para así ganar más dinero y poder satisfacer las necesidades de su casa. Puede que en los hombres genere frustración al no poder



juntar el dinero para comprar lo que antes sí podían comprar; para las mujeres generará angustia, al pasar más tiempo en la casa y ser más concientes de la carencia de alimentos y otros productos.

¿Dónde estaban las mujeres mientras a los hombres les pasaba esto?

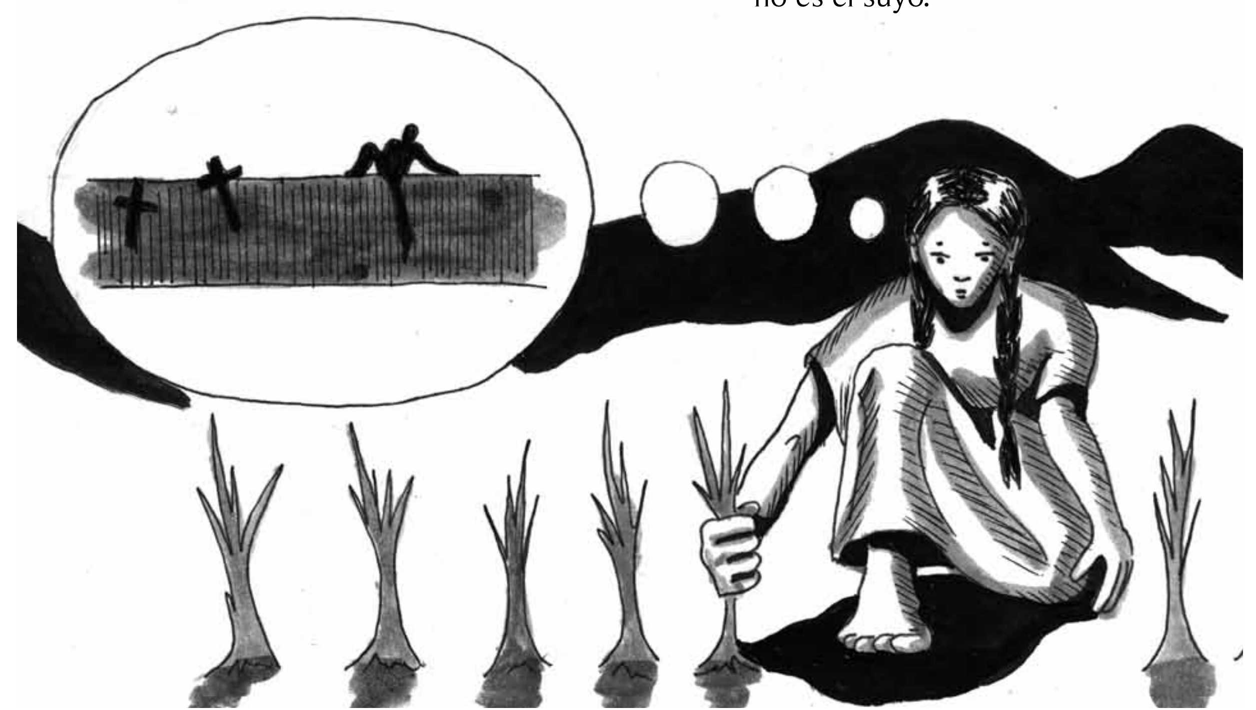
En muchas comunidades hay un altísimo índice de hombres que migran hacia el norte, en busca de trabajo y una oportunidad para tener mejor calidad de vida.

Muchos medios se centran en el hecho de que los hombres se van, pero pocas veces hablan de las mujeres, y los niños y niñas que quedan en las comunidades. ¿Cómo estarán viviendo? ¿Qué hacen para salir adelante?

En una comunidad de Oaxaca, nos contaban, las mujeres, cuyos compañeros estaban en el Norte, habían iniciado un proyecto productivo de siembra de hortalizas, para alimentar a sus hijos e hijas. Nos decían que ésto no hubiera sido posible si sus compañeros estuvieran en la comunidad, ya que a la mayoría no las dejaban participar en actividades comunitarias, y se veían obligadas a estar en casa todo el día. El conocer la realidad de estas mujeres, nos hizo darnos cuenta de la gran importancia de visibilizar las dos (o tres o cuatro... o las que sean!) caras, de una misma realidad. Si no, la noticia queda a medias.

¿Dónde estaban los hombres mientras a las mujeres les pasaba esto?

Usemos el mismo ejemplo que en el caso anterior. También podríamos caer en visibilizar la imagen utópica de mujeres sembrando hortaliza, en un proyecto comunitario, como algo muy bonito y positivo. Pero si ocultamos (o no mostramos, que es lo mismo) el hecho de que los compañeros de estas mujeres han tenido que irse al Norte a trabajar, en qué están trabajando, y cuánto dinero pueden enviar a sus comunidades, cuáles son sus condiciones de vida ahí, etc, estamos evitando que quien nos escucha tenga un panorama total de la situación: que las mujeres se han visto obligadas a organizarse, porque están solas, porque sus compañeros están en una situación precaria, en un país que no es el suyo.





¿Qué aportaron las mujeres para que ésto fuera posible?

En el caso de una movilización, es frecuente que haya más participación de hombres, ya que las compañeras a veces no pueden abandonar la casa, los niños y niñas. Entonces, algunos medios tienden a explicarlo por la baja formación política de las mujeres, porque no se interesan por ese tipo de actividades, y sólo escribiendo desde una vision esterotipada.

En vez de explicarlo como un apoyo de las compañeras a la lucha, que quedan en casa cuidando de los niños y niñas, para que sus compañeros puedan salir a movilizarse exigiendo mejores condiciones de vida, para todos y todas, hombres y mujeres.

¿Qué aportaron los hombres para qué ésto fuera posible?

A lo mejor es menos frecuente, pero también sucede, que hay movilizaciones o actividades donde hay alta participación de mujeres. En estos casos, es importante mirar hacia los hombres, que seguramente quedaron cuidando los niños y niñas y ocupándose de la casa, para que sus compañeras pudieran salir. Poco a poco se va viendo más esta situación, y es muy positivo remarcarla, ya que muestra que se va generando una aceptación de los hombres hacia la aportación de las mujeres, y sus maneras de apoyar esta participación.

A veces no va a ser fácil responder a todas las preguntas, pero te invitamos a que hagas el ejercicio, en muchos de los acontecimientos que reportes te darás cuenta de las grandes diferencias que existen en la manera de ser afectados o afectadas por un mismo hecho. Recuerda, con una sola mano, estamos mancos y mancas.

También es una buena práctica periodística pensar en cómo afectan los hechos a otros colectivos, como los ancianos y ancianas, los niños y niñas, los maestros y maestras, la gente del campo y de la ciudad, entre otros.

LECTURA CRÍTICA
DE LOS MEDIOS

Como vimos en el módulo anterior, cada noticia debe de contestar las 6 preguntas: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? y ¿Por qué?. También empezamos a ver como los medios comerciales tienden a distorsionar y ofuscar lo más importante de las noticias, sobre todo el ¿Por qué?, que nos permite analizar y entender mejor los hechos. Como comunicadores y comunicadoras populares e indígenas nos planteamos esta pregunta como una parte central de nuestras noticias, que no sólo nos permite ahondar más en los temas cuando elaboramos notas, sino que nos sirve también para hacer una lectura crítica de otros medios.

Cuando leemos y escuchamos a otros medios, sean comunitarios o comerciales, siempre debemos tener presente unas preguntas que nos permitan analizar la información con una mirada crítica.

En cuanto a la noticia misma:

¿Cuál es el mensaje?

¿A quién beneficia?

¿Cuál es el objetivo?

¿A quién se dirige?

¿Genera diálogo o participación?

También hay que fijarse en el formato y la presentación de la noticia y el contexto en que aparece:

¿Qué tipo de lenguaje se emplea?

¿Cuál es el contexto es decir, con qué otras noticias o anuncios aparece?

ESTRUCTURA:

Muchas veces los medios comerciales favorecen cierta información, algo que se hace notar en el formato de presentación. Por ejemplo, muchas veces esconden información de movimientos sociales (lo poco que hay) en notas más cortas y menos visibles mientras otras noticias que representan los intereses de las clases dominantes son más grandes, con imágenes más llamativas y más elaboradas.

LENGUAJE:

El mismo lenguaje dentro de una noticia suele mostrar la perspectiva o los intereses que están detrás. El estilo, tono y las palabras mismas - descalificando la gente en lucha como "revoltosa", "extremista" o hasta "terrorista" - pueden manipular la manera en que la gente piensa sobre ciertos temas.







El malagueño César Travado **consigue el pasaporte para el Mundial** de snipe después de su victoria en el Europeo

El maestro de vela se corona en el viejo continente

TEXTO: **SARA GUERRERO** / FOTO: **ESTEFANÍA MARTÍNEZ** / MÁLAGA

DEMOLEDOR. Así suena el apodo que recibe la embarcación 'Fresnedator', que ha arrasado en el Campeonato de Europa de vela en la modalidad snipe, en unas duras jornadas de competición en las que el viento, principal aliado de este deporte, brilló por su ausencia. Precisamente, debido a este importante factor, la embarcación sacó fuerzas de flaqueza y demostró la maestría de sus tripulantes. Fueron las frías aguas de la localidad finlandesa de Pori el escenario que tuvo el privilegio de presenciar el espectáculo deportivo protagonizado por el malagueño César Travado, del Real Club Mediterráneo, y por su acompañante almeriense Pablo [redacted], del Club Náutico Roquetas, a primeros de agosto.

En cuatro de los cinco días que duró el Campeonato, el malagueño y su patrón supieron mantener el liderazgo en todo momento. Sólo tuvieron como rivales más cercanos a los hermanos Paco y Marina Sánchez, del Real Club de Regatas Santiago de la Ribera de Murcia, a los que sólo les sacaron una media de siete u ocho puntos de ventaja en una competición muy ajustada, pero que finalmente resultó victoriosa para Travado y Fresneda. El tercer día de competición fue la jornada decisiva que auguraba el triunfo del 'Fresnedator', al quedar descalificada la tripulación murciana por un fuera de línea (salida antes de tiempo), quedando relegados a un cuarto puesto de la clasificación general. «En la última jornada en vez de navegar de forma tradicional optamos por sentenciar el campeonato», aseguró César con el orgullo de haberlo conseguido.

Y así fue, después de muchas mangas navegadas con cierta cautela, el último día significó un alarde de esfuerzo y valentía al hacer frente al escaso viento, que redujo a una las tres mangas previstas, y a la pujante embarcación de los murcianos que iban pisándoles los talones.

«Con poco viento hemos demostrado que también podemos vencer, incluso con 20 kilos de peso más que los hermanos Sánchez en el snipe».

DATOS PERSONALES

- **Nombre:** César Travado
- **Fecha de nacimiento:** 13/7/73.
- **Lugar de nacimiento:** Málaga
- **Trayectoria:** En optimist, desde los 7 años; en cadete, desde los 14 hasta los17; en snipe, desde los 18.
- **Club:** Real Club Mediterráneo (del 2001 al 2006 estuvo en el Club de Mar de Almería).
- **Palmarés:** Dos veces Campeón de la Copa de España (1993 y 2006); subcampeón de España (2004); 3.º en el Campeonato de España (2005); campeón de España (2006); campeón del 'ranking' nacional.
- **Compañero:** Pablo Fresneda, del Club Náutico Roquetas (desde 2003).

Travado: «nuestro próximo objetivo es conseguir la victoria en el Mundial»

SUR | MIÉRCOLES 9 DE AGOSTO DE 2006

ORGULLO. César Travado, ayer en el Real Club Mediterráneo.

Próxima meta

Para este entrenador de vela del mismo club que le vio crecer, la conquista del continental significa el pasaporte asegurado para el próximo Campeonato del Mundo, que se celebrará en Oporto en septiembre del año que viene. «Nuestra pretensión es ir varias veces al lugar de la competición para ir familiarizándonos con el entorno y el circuito», asegura Travado con optimismo y una sonrisa.

Además del Mundial, el objetivo es «revalidar el título de campeones de Europa en Las Palmas dentro de dos años», según las pretensiones del regatista. Y eso que no cuenta con un patrocinador que respalde económicamente su sacrificio diario.

Y es que el triunfo es ya muy familiar para César Travado, que durante los tres últimos años ha saboreado la victoria en repetidas ocasiones. Concretamente, en este año se ha proclamado campeón de España en el Nacional disputado en la ría de Vigo; subcampeón de la Copa de España en el Mar Menor; y campeón en el 'ranking' español como consecuencia de la suma de los dos campeonatos.

CONTENIDO:

También dentro de las noticias se puede manipular la información a través de declaraciones vagas, el uso de fuentes no confiables o hasta inventadas y la descontextualización de ciertos hechos hasta el punto que no se entiendan bien.

Además existen dos técnicas para desviar atención de asuntos sumamente importantes: la sobre-información, cuando aparecen varias noticias del mismo tema aunque no tenga ninguna importancia; y la no-información, o censura, donde no aparecen ningunas noticias sobre ciertos temas que suelen ser los más importantes.

Sobre todo, la lectura crítica contribuye a nuestro análisis de las noticias y nos ayuda a desarrollar una mirada crítica ante todo lo sucedido para reportear, pero también para entender mejor el mundo en que vivimos.

Como comunicadores y comunicadoras, esta mirada crítica hacia los medios de comunicación también nos plantea la pregunta ¿cómo queremos que sean nuestros medios de comunicación? para que los vayamos construyendo junto al pueblo.

LA ENTREVISTA

La Entrevista es una de las herramientas que tenemos para que la comunidad participe, dé sus noticias, hable de su experiencia y de sus opiniones y comentarios. Así que a través de la entrevista, la propia voz de la gente saldrá en nuestras producciones periodísticas y radiofónicas.

En general, hay dos tipos de entrevistas que podemos hacer:

Entrevistas Individuales, cuando entrevistamos a una sola persona

Entrevistas Colectivas, cuando entrevistamos a un grupo de personas

Como entrevistadores tenemos como herramientas las preguntas que elegimos para que la entrevistada o el entrevistado nos cuente acerca del tema que estamos tratando. Así que la parte más importante de la entrevista la tenemos que preparar mucho antes de salir a entrevistar:

1. Buscar toda la información que podamos sobre el tema y la entrevistada o el entrevistado

2. Saber qué queremos conseguir con la entrevista

3. Preparar las preguntas claves.

Preguntas

En general hay dos tipos de preguntas que podemos usar en una entrevista:

Preguntas Abiertas

Estas son preguntas generadoras, que hacen que el entrevistado o la entrevistada nos de su opinión, o que nos platiquen más detalladamente sobre el tema que estamos trabajando:







Ejemplo:

¿Qué le parece...?
¿Por qué dice que...?
¿Cómo lograron que...?

Preguntas como estas nos permiten adentrar más, en el *POR QUÉ* del tema, que hemos planteado como central a nuestro trabajo como comunicadores y comunicadoras.

Preguntas Cerradas

Estas son preguntas que nos proporcionan datos o hechos más precisos sin respuestas elaboradas:

Ejemplo:

¿Cuándo nació usted?
¿Cómo se llaman los agresores?
¿En qué fecha sucedieron los hechos?

Cuando estamos planteando las preguntas, tenemos que asegurar que sean apropiadas y que nos vayan a proporcionar la información que buscamos. Por esto planteamos unas 3 preguntas mínimas que nos pueden servir de guía mientras estamos formulando nuestras preguntas:

Presentación
¿Cómo se llama usted y de dónde viene?

Contexto
¿Qué está pasando?

Información Adicional
¿Algo más que quiera agregar?

Estas preguntas no son rígidas ni universales, sino un ejemplo de unas preguntas básicas que puedan servir cómo base cuando empezamos a planear una entrevista. Es importante tener en cuenta cuánto tiempo tenemos para desarrollar la entrevista, asegurar el tiempo para las preguntas mínimas antes de plantearnos muchas más.

Finalmente, siempre hay que estar flexible durante la entrevista, modificando, creando o eliminando preguntas según las respuestas que nos dé el entrevistado o entrevistada.

PREPARANDO UNA
ENTREVISTA

Antes de salir a entrevistar, ya que hemos terminado de preparar la entrevista, investigación y elaboración de preguntas, aseguremos que tenemos todo nuestro equipo (en el caso que la vamos a grabar) y que esté funcionando:

Grabadora
Micrófono*
Cable para el micrófono*
Audífonos
Pila + Pilas extras ya cargadas
Libreta con lista de preguntas

** no es necesario traer un micrófono externo, pero en el caso que lo usamos hay que asegurar que lo traemos junto con su cable.*

Antes de Empezar a Grabar

1. ¡Probar el equipo! Prendemos la grabadora y empezamos a grabar, diciendo unas palabras nada más para asegurar que esté funcionando.

2. Revisamos lo que acabamos de grabar para asegurar que se haya grabado bien.

3. Acercarnos a la persona que vamos a entrevistar y:
Primero: Presentarnos
Segundo: Pedirles permiso para hacerles la entrevista

4. Prender la grabadora y revisar los niveles de grabación para encontrar una buena distancia del entrevistado o la entrevistada, para que salga bien el audio (para esto podemos preguntar cualquier pregunta que no tenga que ver con la entrevista para ver los niveles mientras hablan).

5. Cuando estemos list@s, podemos empezar a grabar (OJO: siempre aseguremos que la grabadora está funcionando, mirando la pantalla o cassette para no perder el audio)

6. Empezar la entrevista grabando al empezar la fecha, el lugar y el nombre de la persona o personas a la que entrevistamos. Ejemplo: " 21 de julio de 2009, salón comunal de la comunidad Perenganita, entrevista con el señor Menganito".

Para Terminar la Entrevista

1.Dar las gracias al entrevistado(a) por su tiempo

2. Dejar de grabar

3. Escuchar lo que acabamos de grabar. Si no se grabó, preguntarle al entrevistado si podemos volverlo entrevistar.



PLANEANDO
LAS ENTREVISTAS

Tema: ______________________________

Nombre de la persona entrevistada: ______________

Fecha: ______________ Lugar: ______________

Preguntas mas importantes de la entrevista

1.- ______________________________

2.- ______________________________

3.- ______________________________

4.- ______________________________

5.- ______________________________

6.- ______________________________

REGISTRANDO
LAS ENTREVISTAS

Nombre de persona entrevistada ________________________________

Tema de entrevista ________________________________

Tipo de entrevista ________________________________

Duración de entrevista ________________________________

BREVE EVALUACIÓN DE LA ENTREVISTA

Calidad de sonido Muy buena _____ Buena _____ Con pocas interrupciones _____

Con muchas interrupciones _____ Mala _____

Explicar ________________________________

____

Calidad de contenido Muy importante _____ Informátivo _____ Interesante _____

Muy útil _____ Útil _____ Poco útil _____ Muy poco útil

Explicar ________________________________

____

REGISTRO DE LAS PARTES MÁS ÚTILES DE LA ENTREVISTA



EL PERIÓDICO
MURAL



¿Qué es?

Un periódico mural es un periódico colectivo de gran formato, que se coloca en un lugar transitado, para que mucha gente pueda leerlo o contemplar sus fotos y dibujos. La diferencia entre el Peródico Mural y un periódico o diario es que en lugar de que haya muchos ejemplares y que cada persona se puede llevar uno, en el caso del periódico mural es un ejemplar o pocos ejemplares que se pegan en una pared, donde mucha gente pueda pasar y leerlos, esto hace que sea un medio de comunicación muy económico, pero que bien trabajado puede ser muy eficiente.

¿Para qué sirve?

Sirve básicamente para INFORMAR a la comunidad sobre acontecimientos a los que no tiene o es complicado el acceso. En muchos lugares es difícil que todo el mundo pueda comprar un periódico con frecuencia, entonces el periódico mural se convierte en una alternativa económica y comunitaria para mantener informada a la gente. En función de sus contenidos, también puede servir para ENTRETENER, MOVILIZAR, COMENTAR o EDUCAR.

Para las personas que no saben leer, es una oportunidad de informarse a través de las fotos o ilustraciones, o apoyarse en su lectura de otra persona que si sepa leer.

¿Cómo se hace?

A diferencia de la noticia, que se puede hacer individualmente, un periódico mural es una herramienta de comunicación popular que quiere ser trabajada colectivamente, no puede ser realizada por un sólo comunicador o comunicadora. Así que el primer paso va a ser conformar un equipo de Periódico Mural y hacer una reunión para definir los siguientes puntos:

1. Definir los objetivos:

¿Qué queremos lograr con la publicación del periódico mural? Informar, movilizar, entretener, fomentar la participación.

2. Definir los y las destinatarias o público:

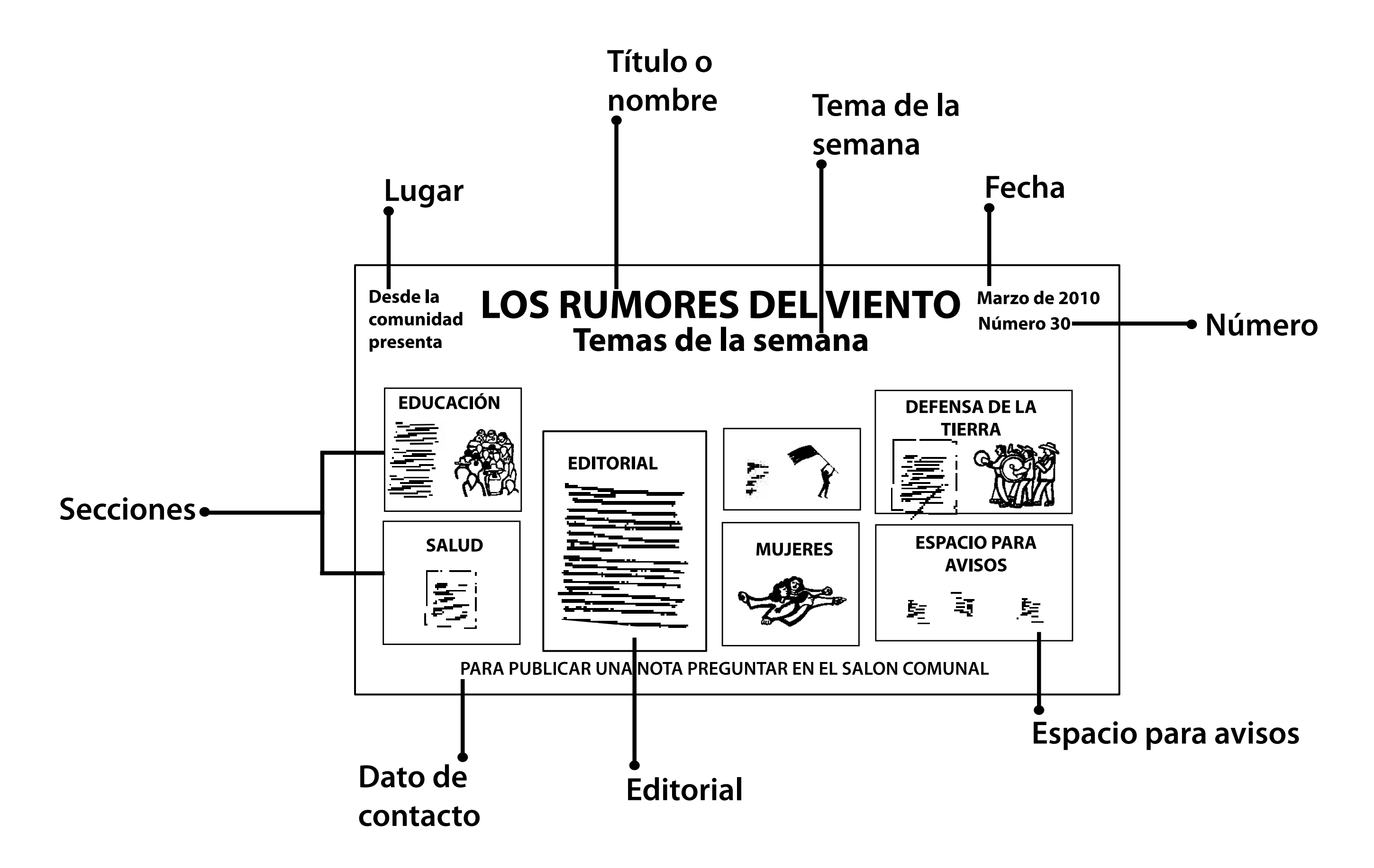
La comunidad, la escuela, la organización, el grupo de jóvenes, etc.

3. Definir quién va a integrar el equipo del Periódico Mural y repartir tareas:

Recolectar la información, redactar las noticias, buscar las fotos, hacer las ilustraciones, maquetar (montar) el Periódico Mural, etc.

4. Definir las secciones:

Normalmente los periódicos murales tienen diferentes secciones y apartados, en función de sus objetivos y del público al que vayan dirigidos. Por ejemplo, podemos poner secciones de noticias locales, nacionales e internacionales; avisos y anuncios; caricaturas; espacio para comentarios, entre otros.





5. También puede haber secciones dirigidas a diferentes grupos de la comunidad: mujeres, jóvenes, abuelos y abuelas, niños y niñas. O secciones para diversos temas que afectan a la comunidad, y en las que se irían actualizando las informaciones: sección sobre la lucha por la tierra, sobre cultura de los pueblos originarios, por ejemplo.

6. Decidir con qué frecuencia va a salir el Periódico Mural:

Cada quince días, cada mes, cada dos meses, etc.

¡OJO! Es importante respetar la frecuencia de salida del Periódico Mural. Una vez acostumbrados y acostumbradas, nuestro público lo va a esperar. Es uno de los secretos para el éxito del Periódico Mural.
Para que el Periódico Mural salga en el momento acordado, es importante calendarizar las tareas, poner plazos de entrega y en qué momento se va armar.

¡Ah! Muy importante:
HAY QUE DEFINIR UN NOMBRE PARA EL PERIÓDICO MURAL.



ALGUNOS CONSEJOS
PARA UNA LARGA VIDA DE NUESTRO PERIÓDICO MURAL

Pueden armar su Periódico Mural sobre papelógrafos o cartulinas, pero si tienen oportunidad, y para darle una vida más larga, también se pueden ir pegando los artículos, fotos e ilustraciones sobre plumavit, corcho o madera. ¡Sólo es cuestión de reemplazar las informaciones dentro del plazo establecido!

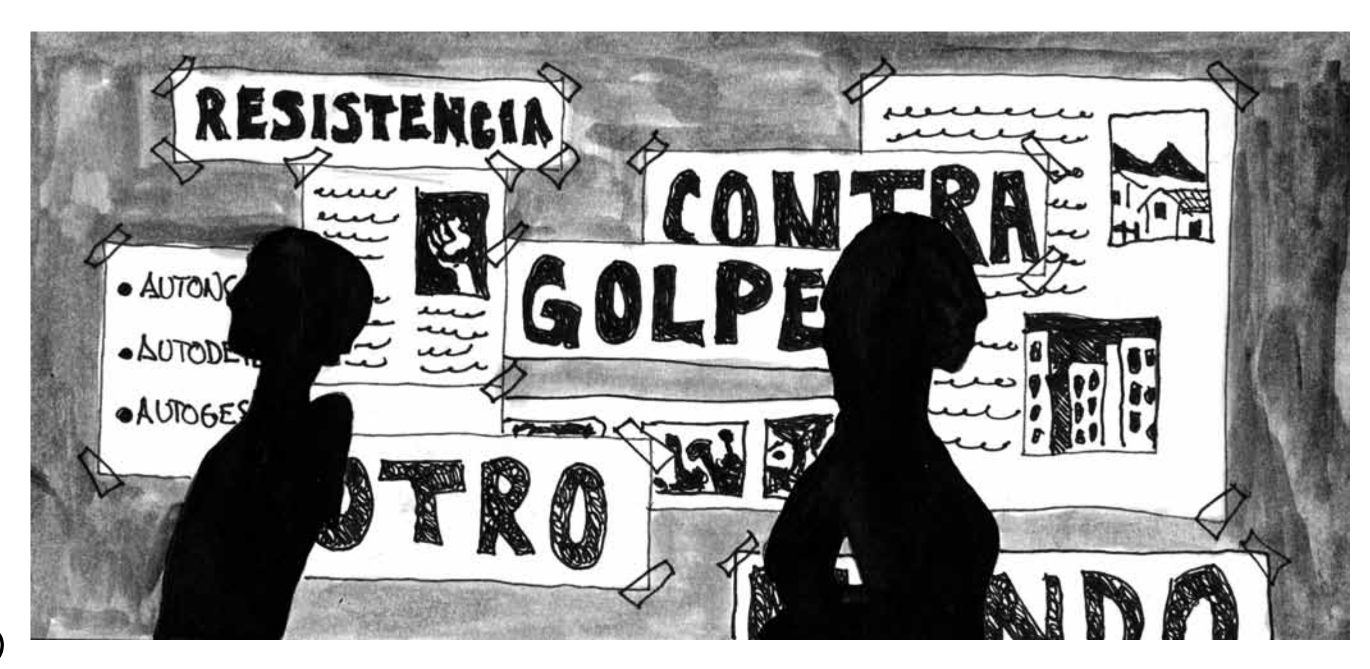
Pensemos bien dónde ubicar el Periódico Mural, en función del público al que queremos llegar. Deberá ser un lugar visible y transitado. Es importante que esté mínimamente resguardado, bien iluminado, que no le dé mucho el viento o el sol (desgasta rápidamente los colores) y que si llueve no se vaya a mojar. Sino, nuestro Periódico Mural pronto se convertirá en papel mojado.

Generalmente se hace un solo ejemplar del periódico mural, pero también es posible que se hagan varios que se pueden pegar en diferentes comunidades o diferentes lugares de una misma comunidad, para que más gente pueda leerlo.

No recargar mucho cada edición. Recordemos que hay comunidades donde mucha gente no tiene costumbre de leer mucho, o no sabe. Demos espacio entre las secciones, el blanco, los espacios, también son elementos fundamentales del Periódico Mural.

¡Seamos creativos y creativas a la hora de armar nuestro Periódico Mural! Combinemos los colores y las formas, intercalemos textos escritos con fotos, usemos cartulina y papeles de diferentes colores y texturas, dediquemos tiempo a ilustrar, buscando a los y las dibujantes de la comunidad para que echen la mano. Hay que recordar que, cuanto más atractivo a la vista sea, más gente se acercará a leerlo.

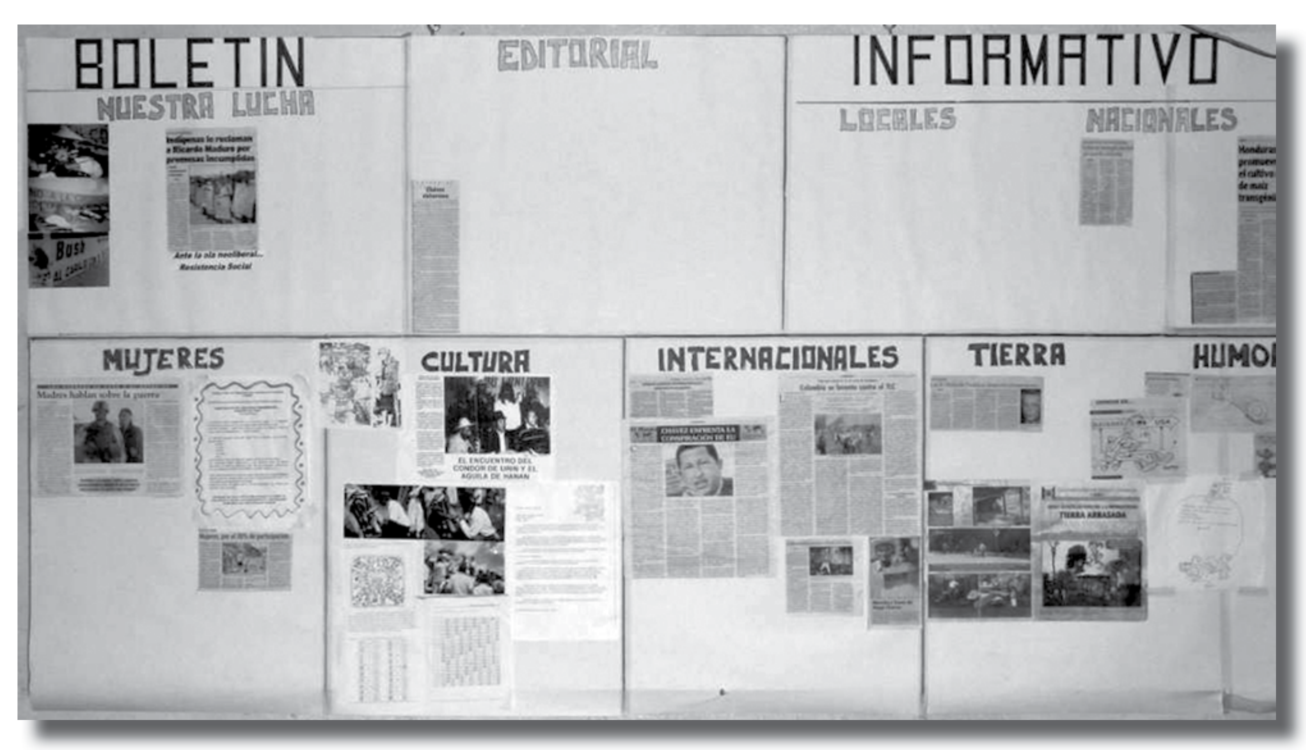
Y por último, como en todo, EVALUEMOS PERIÓDICAMENTE. Preguntemos a la gente de la comunidad qué opinión tienen del Periódico Mural, qué secciones les gustan y cuáles no; qué nuevas cosas incluirían, sondeemos quién podría estar interesado o interesada en participar en alguna de las tareas; cambiemos el Periódico Mural de lugar si consideramos que hay otro lugar más apropiado.



EJEMPLOS DE
PERIÓDICO MURAL




NOTICIAS
NACIONALES
Cuarta urna, paso seguro hasta la democracia
EL ALBA


BOLETIN
EDITORIAL
INFORMATIVO
NUESTRA LUCHA
LOCALES
NACIONALES
Indígenas le reclaman a Ricardo Maduro por promesas incumplidas
Ante la ola neoliberal... Resistencia Social
MUJERES
Madres hablan sobre la guerra
CULTURA
EL ENCUENTRO DEL CONDOR DE URIN Y EL AGUILA DE HANAN
INTERNACIONALES
TIERRA
TIERRA ARRASADA

EL AFICHE
O CARTEL

El afiche es un grito en la pared.
Sobre un pliego de papel o sobre una cartulina se pone un mensaje claro y directo, para poner el mensaje lo principal es la imagen, incluso el texto es usado como imagen. De esta manera muchas personas pueden sentir el interés de acercarse y conocer este mensaje. Muchos carteles son simplemente una imagen, sin texto, pero que de igual manera pueden comunicar muy bien un mensaje.

El afiche es un pliego de papel o cartulina que se pega sobre las paredes, en los postes y en donde se pueda. Por eso se imprime de un sólo lado. Se imprimen cientos o miles cada vez, para esto se mandan hacer a una imprenta. También se pueden hacer pocos ejemplares, que se hacen a mano, artesanalmente, 1, 5, 10, 20 ejemplares.

Puede ser de un sólo color o usar muchos colores, usualmente los carteles populares, como se hacen con pocos recursos se imprimen con un solo color.

A cambio se busca hacerlos muy imaginativos, con imágenes llamativas y textos creativos. En los mundos que estamos construyendo la imaginación sustituye al dinero.

El afiche o cartel se puede usar para dar un aviso, dar la opinión de una comunidad o una organización sobre un tema, para hacer una campaña comunitaria (por ejemplo de salud o de educación) y también para hacer denuncias o para anunciar una fiesta.

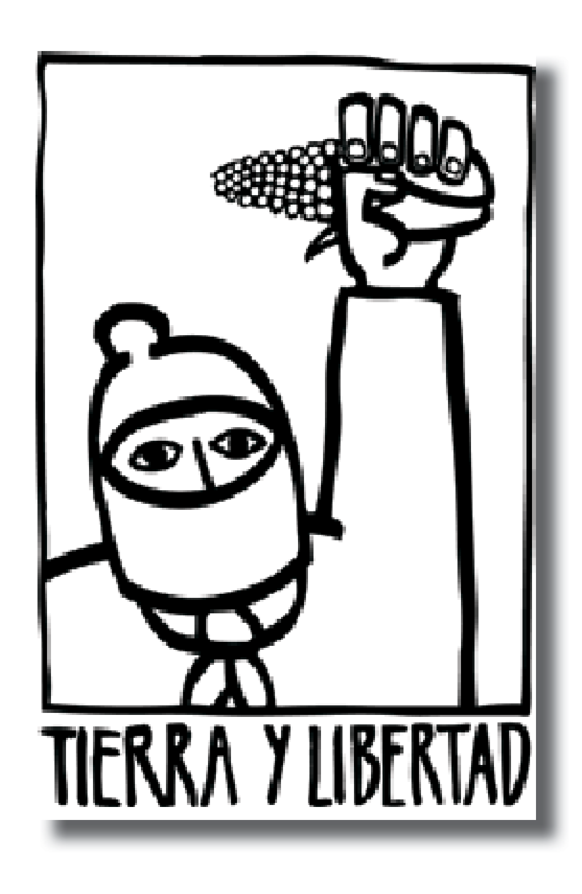
Tres cosas que no hay que olvidar incluir en el afiche (aunque no todos lo llevan):

La fecha
Quién lo emite
Datos de contacto

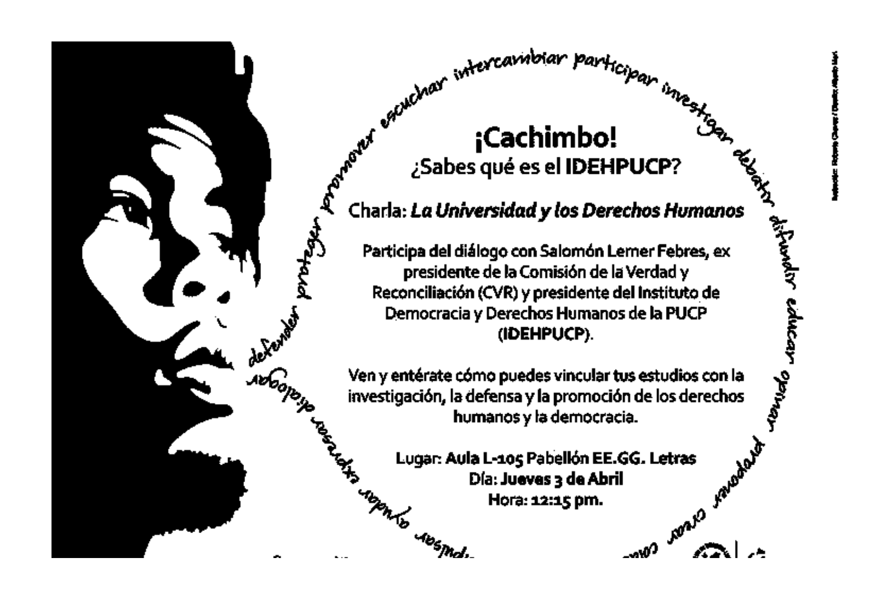


EJEMPLOS DE
CARTEL






BASTA DE VIOLENCIA
CONTRA LAS MUJERES
marcha jueves 22 de noviembre 20.30
arica • caldera - plaza • valparaíso - congreso • los andes • santiago - plaza italia
rancagua - alameda/freire • pichilemu - plaza de armas • talca - 2 sur/11 oriente
concepción - tribunales • temuco - plaza t. schmidt
puerto montt - paseo talca -18:30 hrs • castro - gobernación
RED CHILENA CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA Y SEXUAL
ORGANIZACIONES FEMINISTAS Y DE MUJERES
www.nomasviolenciacontramujeres.cl


escuchar intercambiar participar investigar debatir difundir educar opinar proponer crear
promover proteger defender dialogar expresar ayudar impulsar
¡Cachimbo!
¿Sabes qué es el IDEHPUCP?
Charla: La Universidad y los Derechos Humanos
Participa del diálogo con Salomón Lerner Febres, ex presidente de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) y presidente del Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la PUCP (IDEHPUCP).
Ven y entérate cómo puedes vincular tus estudios con la investigación, la defensa y la promoción de los derechos humanos y la democracia.
Lugar: Aula L-105 Pabellón EE.GG. Letras
Día: Jueves 3 de Abril
Hora: 12:15 pm.


LIBERTAD
PRESOS
POLITICOS



VOLANTE
O MOSQUITO

El volante o mosquito, es un pedazo de papel, impreso de uno lado o de ambos lados.

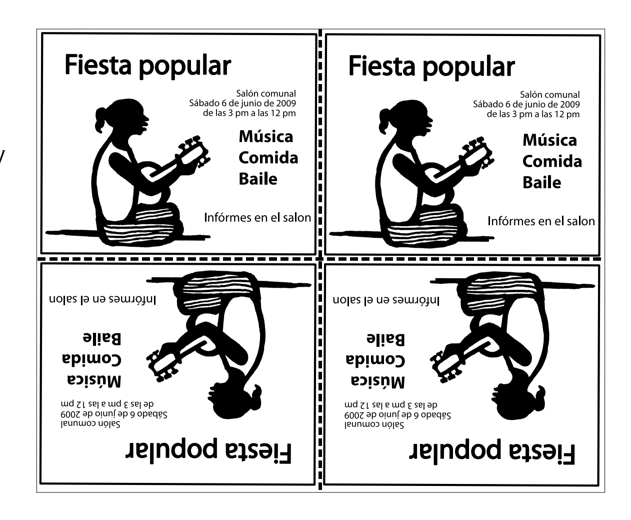


Usualmente tiene una consigna, una imagen llamativa y un pequeño texto con algunos detalles.

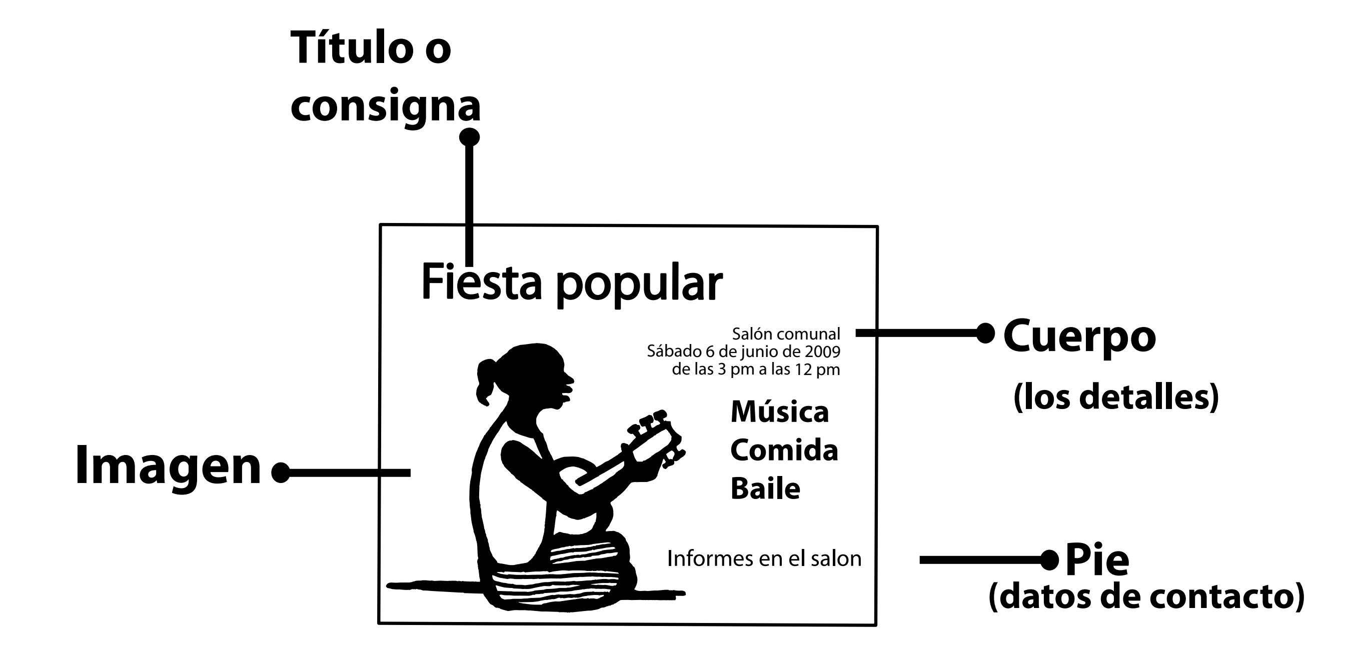
El volante sirve para difundir cualquier tipo de mensaje: un aviso, una convocatoria, una denuncia, una demanda o una actividad.

Como su nombre lo dice, es una hoja que se reparte volando de mano en mano.

Los volantes se pueden reproducir con fotocopias o mandar a imprimir a una imprenta. Si se imprime en papel de colores es más llamativo, pero se hace más caro. En una hoja tamaño carta pueden caber varios volantes.

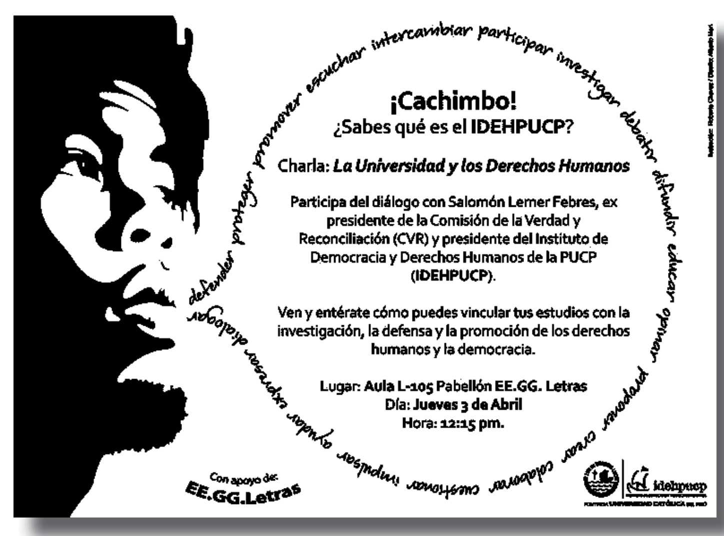


PARTES
DEL VOLANTE





EJEMPLOS DE
VOLANTE

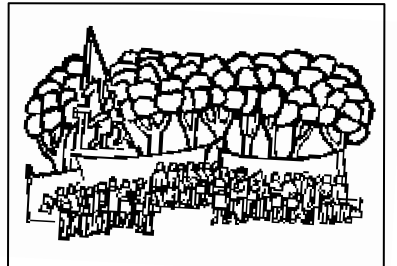




LA REVISTA Y EL FANZINE
PUBLICACIONES DE PEQUEÑO FORMATO

Olas de informacion

noticias de la comunidad



N. 11

comunidad fulanita

En este número les contamos sobre la movilización esta semana en defensa de la tierra en nuestra comunidad. Les comentamos sobre los derechos de los pueblos originarios según el Convenio internacional 169 y también publicamos algunas recetas de cocina para que preparen en sus casas.
Y les contaremos sobre la próxima fiesta que se realizará en el salón comunal.

Fiesta en la comunidad

Convenio 169

Defensa de la Tierra

Recetas especiales

Una herramienta de la comunicación local es la revista y el fanzine. Son publicaciones periódicas, es decir, que salen cada determinado tiempo: una semana, quince días, un mes, dos meses. Se distribuyen en una zona fija, en una comunidad o en una región, y tratan temas de interés para la comunidad.

Puede ser que haya revistas dirigidas a grupos concretos de la comunidad como a los jóvenes, a las mujeres, a la gente que lucha por la tierra, etc.

Decimos publicaciones de pequeño formato, por que su tamaño es pequeño y por que no se necesitan muchos recursos para hacerlas.

Una o dos hojas dobladas por la mitad y fotocopiadas por ambos lados, si se hacen periódicamente, con constancia, pueden constituirse en un eficaz medio de comunicación comunitario.

Para diseñarlas no hace falta grandes recursos: hojas blancas, plumas y marcadores, fotos que tengamos a la mano, incluso recortadas de otras publicaciones, algo de pegamento y mucha imaginación.

Estas revistas se pueden alimentar con noticias locales, con noticias de la organización, de la escuela, de la comunidad.

Como sus artículos, fotos y noticias son de interés para la comunidad entonces fácilmente encuentran su público. Con aportaciones voluntarias es fácil sostener una revista de este tipo.



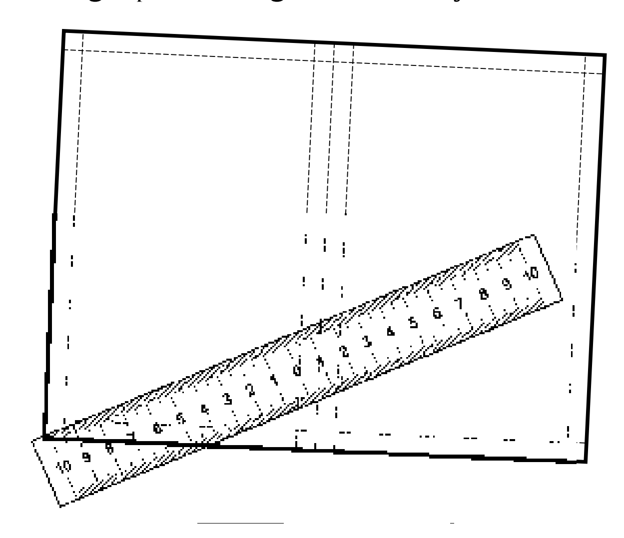


CÓMO HACER UNA
REVISTA O FANZINE

Junta por una parte los textos y fotos que incluirás en tu revista o fanzine. Por otra parte junta unas hojas blancas, lapicero, marcadores negros, una regla, tijeras y pegamento.

Según cuantos textos y fotos tengas, y también pensando cuando te vas a gastar en fotocopias piensa de cuantas hojas será tu revista. Lo más sencillo es pensar en hojas oficio o carta dobladas a la mitad.

Con la regla ponle márgenes a las hojas.

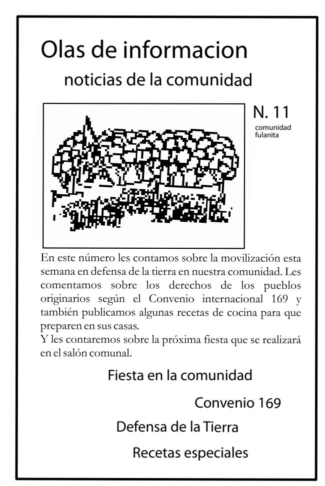


En la primera hoja deja un espacio para poner el nombre de la revista. Hay que pensar que nombre vamos a ponerle a la revista. En la portada también es buena idea poner una imagen y una frase que llame la atención, para que la gente rápidamente se interese en la revista. No olvidar poner la fecha, el número y el nombre de la comunidad en la portada.

Las letras y textos los puedes escribir a mano, o si hay una máquina de escribir a la mano o una computadora que tenga impresora ahí los puedes hacer. Una revista hecha con letras a mano puede llegar a ser más interesante que una hecha en la computadora con sus letras frías.

Las fotos y dibujos las pegas con resistol u otro pegamento para papel sobre la hoja. Así vas ordenando los contenidos en las demás páginas.

Ya que esté todo dibujado, escrito y pegado entonces ya está nuestro "original mecánico" listo para fotocopiar.



Olas de informacion

noticias de la comunidad

N. 11

comunidad fulanita

En este número les contamos sobre la movilización esta semana en defensa de la tierra en nuestra comunidad. Les comentamos sobre los derechos de los pueblos originarios según el Convenio internacional 169 y también publicamos algunas recetas de cocina para que preparen en sus casas.
Y les contaremos sobre la próxima fiesta que se realizará en el salón comunal.

Fiesta en la comunidad

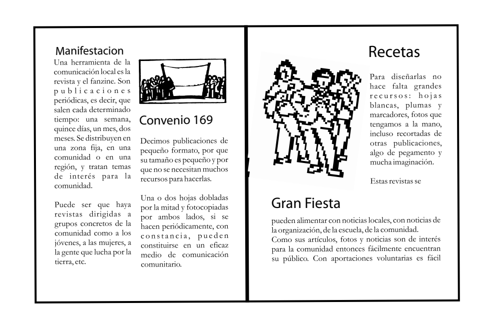
Convenio 169

Defensa de la Tierra

Recetas especiales

Según lo que pudimos juntar para fotocopias ya sacamos una cantidad de copias o ejemplares.

Ponemos todas las hojas fotocopiadas en orden, las doblamos a la mitad, si se puede las engrapamos y ya podemos distriuirlas.



Manifestacion

Una herramienta de la comunicación local es la revista y el fanzine. Son publicaciones periódicas, es decir, que salen cada determinado tiempo: una semana, quince días, un mes, dos meses. Se distribuyen en una zona fija, en una comunidad o en una región, y tratan temas de interés para la comunidad.

Puede ser que haya revistas dirigidas a grupos concretos de la comunidad como a los jóvenes, a las mujeres, a la gente que lucha por la tierra, etc.

Convenio 169

Decimos publicaciones de pequeño formato, por que su tamaño es pequeño y por que no se necesitan muchos recursos para hacerlas.

Una o dos hojas dobladas por la mitad y fotocopiadas por ambos lados, si se hacen periódicamente, con constancia, pueden constituirse en un eficaz medio de comunicación comunitario.

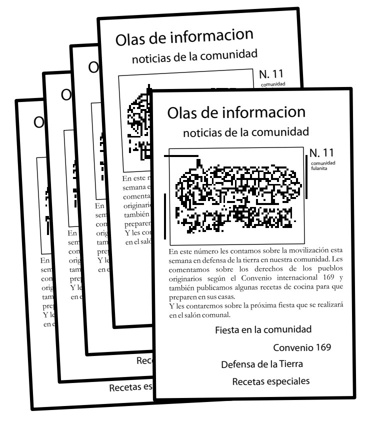
Recetas

Para diseñarlas no hace falta grandes recursos: hojas blancas, plumas y marcadores, fotos que tengamos a la mano, incluso recortadas de otras publicaciones, algo de pegamento y mucha imaginación.

Estas revistas se

Gran Fiesta

pueden alimentar con noticias locales, con noticias de la organización, de la escuela, de la comunidad.
Como sus artículos, fotos y noticias son de interés para la comunidad entonces fácilmente encuentran su público. Con aportaciones voluntarias es fácil



PARTES DE UNA
REVISTA

Título o nombre

Olas de informacion

noticias de la comunidad

N. 11

comunidad fulanita

Número

Lugar

Fecha

Imágenes y fotos

En este número les contamos sobre la movilización esta semana en defensa de la tierra en nuestra comunidad. Les comentamos sobre los derechos de los pueblos originarios según el Convenio internacional 169 y también publicamos algunas recetas de cocina para que preparen en sus casas.
Y les contaremos sobre la próxima fiesta que se realizará en el salón comunal.

Fiesta en la comunidad

Convenio 169

Defensa de la Tierra

Recetas especiales

Titulares

Manifestación

Una herramienta de la comunicación local es la revista y el fanzine. Son publicaciones periódicas, es decir, que salen cada determinado tiempo: una semana, quince días, un mes, dos meses. Se distribuyen en una zona fija, en una comunidad o en una región, y tratan temas de interés para la comunidad.

Puede ser que haya revistas dirigidas a grupos concretos de la comunidad como a los jóvenes, a las mujeres, a la gente que lucha por la tierra, etc.

Convenio 169

Decimos publicaciones de pequeño formato, por que su tamaño es pequeño y por que no se necesitan muchos recursos para hacerlas.

Una o dos hojas dobladas por la mitad y fotocopiadas por ambos lados, si se hacen periódicamente, con constancia, pueden constituirse en un eficaz medio de comunicación comunitario.

Recetas

Para diseñarlas no hace falta grandes recursos: hojas blancas, plumas y marcadores, fotos que tengamos a la mano, incluso recortadas de otras publicaciones, algo de pegamento y mucha imaginación.

Estas revistas se

Gran Fiesta

pueden alimentar con noticias locales, con noticias de la organización, de la escuela, de la comunidad.
Como sus artículos, fotos y noticias son de interés para la comunidad entonces fácilmente encuentran su público. Con aportaciones voluntarias es fácil

Notas y artículos



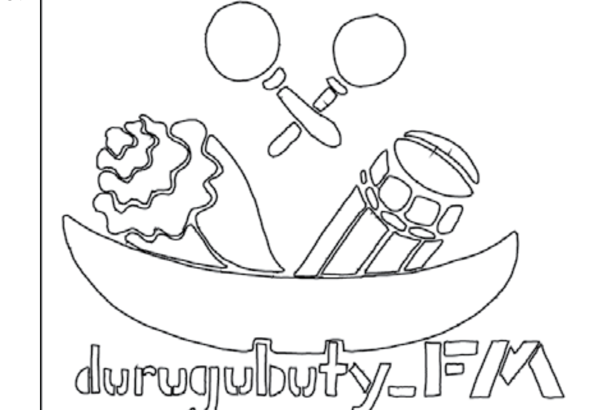
PLANTILLA O ESTÉNCIL



La plantilla o esténcil es una forma casera y económica de reproducir muchas veces una imagen. La plantilla o esténcil se puede usar para hacer afiches o carteles, mantas, playeras o para hacer pintas en las paredes.



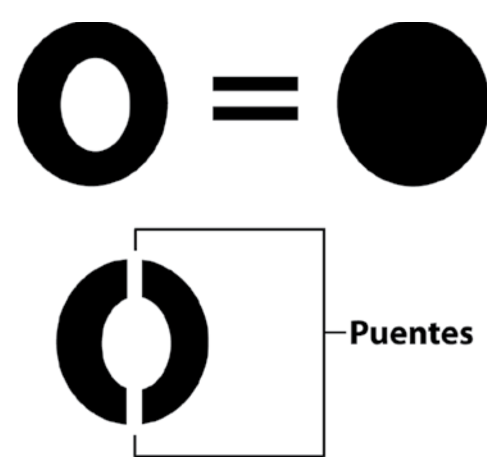
Las imágenes y dibujos que se trabajan en una plantilla deben ser sencillas, por que luego hay que recortar el dibujo.



Una vez calcado vas a pensar que es lo que vas a recortar. Todas las partes que quites, es por donde va a pasar la tinta.

Hay que tener cuidado de no cortar accidentalmente algunas partes. Para esto es bueno usar los puentes.

Ninguna parte blanca puede estar rodeada totalmente de negro por que se caerá al recortar



Es común que queden lenguas, es decir algunos pedazos salientes de cartón o plástico, que luego fácilmente pueden romperse al usar la plantilla. Para evitarlo también vas a usar puentes.

Ya que está listo tu esténcil entonces ya puedes pintarlo sobre papel, sobre tela o sobre la pared.





Para esto se puede usar una lata de pintura en aerosol.



Tienes que estar como a unos 20 o 40 centímetros de distancia, y no apachurrar por mucho tiempo el botón de la lata, sino ir aplicando de a poquito, sin hacer charcos, hasta que esté cubierta toda la superficie.



Si quedan charcos ya luego se escurren y manchan la imagen. Luego no se entiende la imagen por las manchas.



Si no te alcanza para conseguir pintura en aerosol y tienes pintura para pared guardada, entonces puedes usar un rodillo viejo para paredes o usar trapos viejos o esponjas como aplicadores para pintar su plantilla.

Pones lo que vas a pintar: papel, camiseta o sobre el muro, encima pones tu esténcil o plantilla y encima pasas el rodillo con pintura (o el trapo o esponja) sin hacer charco.


durugubuty_FM




94.1
FM


FALUMA BIMETU



APARTADO
TÉCNICO



FUNCIONAMIENTO
TÉCNICO DE LA RADIO COMUNITARIA

Radios comunitarias, indígenas, independientes, populares, libres y alternativas. Son los diferentes nombres de radios chicas y grandes, impulsadas desde las comunidades, los pueblos y las organizaciones populares en toda América.

Radios que rompen los cercos informativos y que informan desde la comunidad, para la comunidad y por la comunidad.

Radios que nacen con la intención de cambiar el mundo. Radios que luchan contra las estrategias de despojo y saqueo del neoliberalismo.
Radios donde las comunidades toman la palabra y dicen los mundos que viven y que construyen. Radios donde tomando la palabra se ejercen los derechos a la comunicación.
Estas radios tienen una larga historia que iremos conociendo y de la cual también formamos parte desde cada una de nuestras radios.

Pero, ¿cómo funcionan técnicamente estas radios?

Como las olas del mar, todos los sonidos - nuestra voz, música o cualquier ruido - son ondas invisibles que viajan por el aire para llegar a nuestros oídos. Sin embargo, los sonidos que producimos nosotras y nosotros, al hablar, cantar o gritar, tienen limitaciones en cuanto a la distancia que pueden viajar antes de disipar en el aire. Por ejemplo, si estamos a un lado de la ciudad y queremos decirle algo a otra persona que está en el lado contrario, por muy fuerte que gritemos, no va a llegar nuestra voz a sus oídos. Este problema de comunicación a distancia se ha solucionado de distintas formas desde hace miles de años, con el uso de mensajeros, pero también con el uso de señales de humo, caracoles o sistemas de luces para transmitir mensajes con sistemas de códigos desarrollados para comunicar información importante.

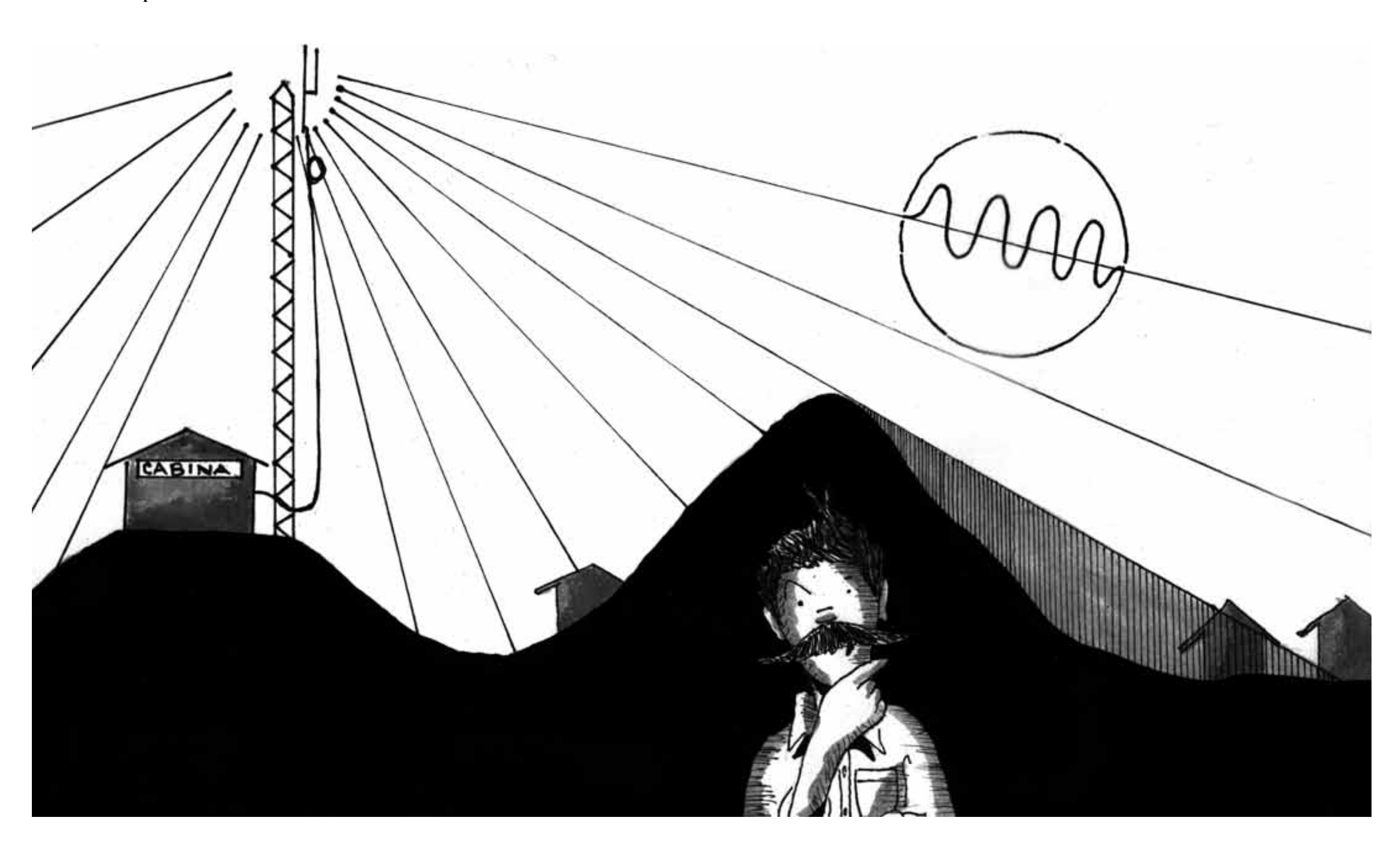
En el siglo XIX, se descubrió la forma de usar la electricidad para solucionar este problema de otra forma, primero a través de líneas eléctricas y posteriormente con el desarrollo de la radio para comunicar toda clase de información a través de distancias muy largas y sin la necesidad de tener una línea conectando un punto al otro.

Hay distintas formas de **ondas radioeléctricas,** pero la mayoría de nuestras radios funcionan en FM (frecuencia modulada) - convirtiendo las voces, la música y los sonidos en ondas de este tipo a través del **transmisor** o **Tx**, que luego son trasmitidos a través de una **antena,** que sirve para mandar estas ondas al aire. Del otro lado, gente en el campo, en sus casas o cualquier lugar donde lleguen estas ondas, pueden escuchar la transmisión con sus **receptores** (que les decimos simplemente, 'radios'), que descodifican estas ondas radioeléctricas para convertirlas en la música, voces y sonidos que estamos transmitiendo desde la cabina.

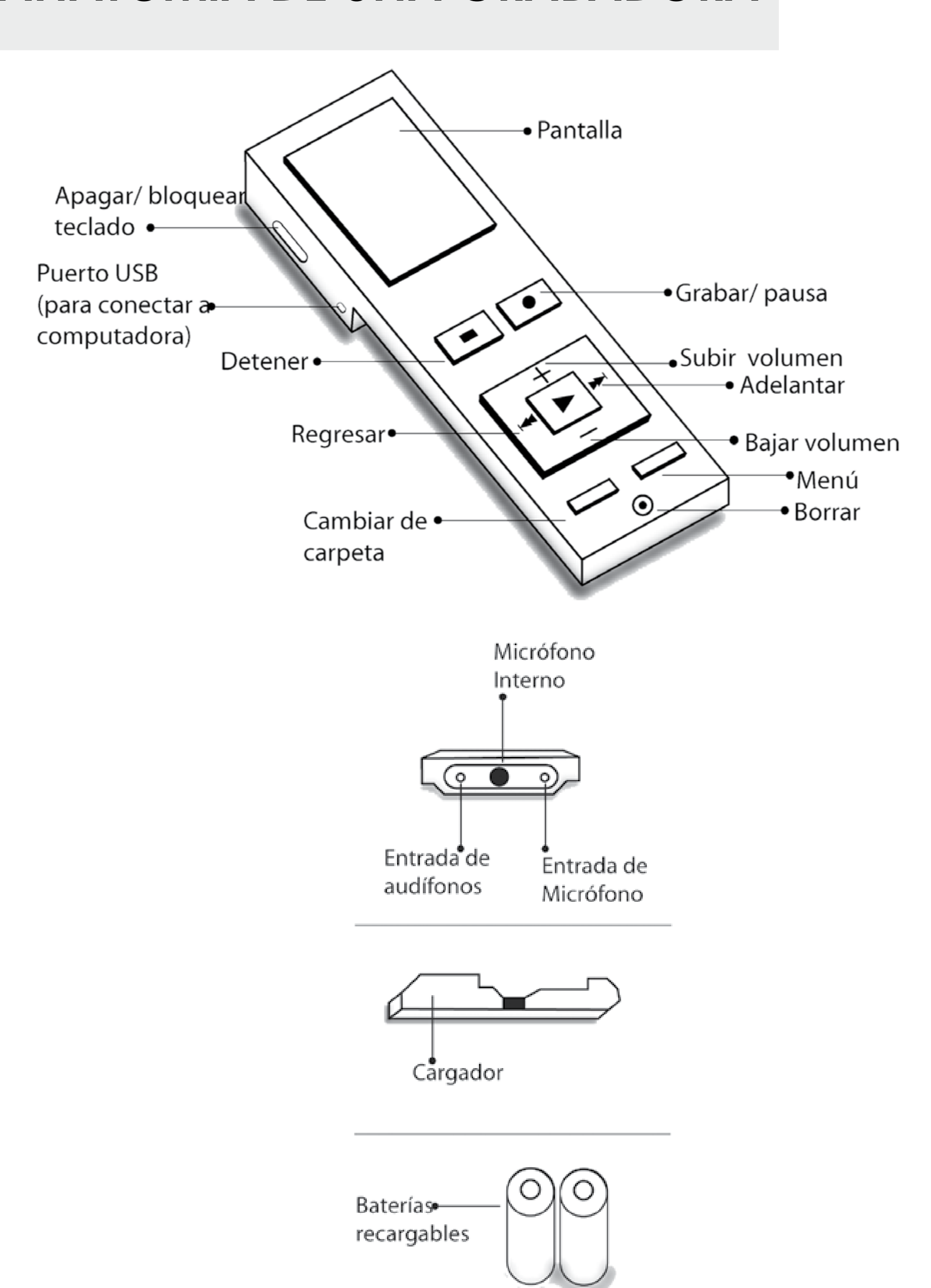
La cobertura de estas radios depende de dos factores principales: **la potencia** con la cual estamos transmitiendo y también de **la topografía** del lugar donde estamos transmitiendo (la presencia de cerros, montañas, cañadas y planicies). La potencia se refiere, en términos eléctricos, al transmisor y qué tan fuerte está tirando las ondas - un transmisor pequeño, de 10 vatios, tendrá un alcance menor que uno más grande, de 500 vatios, por ejemplo. El segundo factor se refiere a la superficie de la tierra en nuestro entorno. Básicamente, las radios FM funcionan a **línea de vista** - si una persona se pone en la altura de la antena, lo que se ve es don-

de va a llegar nuestra señal. Si por ejemplo, hay un cerro grande, éste va a impedir que la señal llegue bien al otro lado del cerro (la parte que no se ve desde la altura de la antena) aunque pueda llegar más lejos, a un lugar más retirado del cerro donde no cae lo que se llama la **sombra radioeléctrica.**

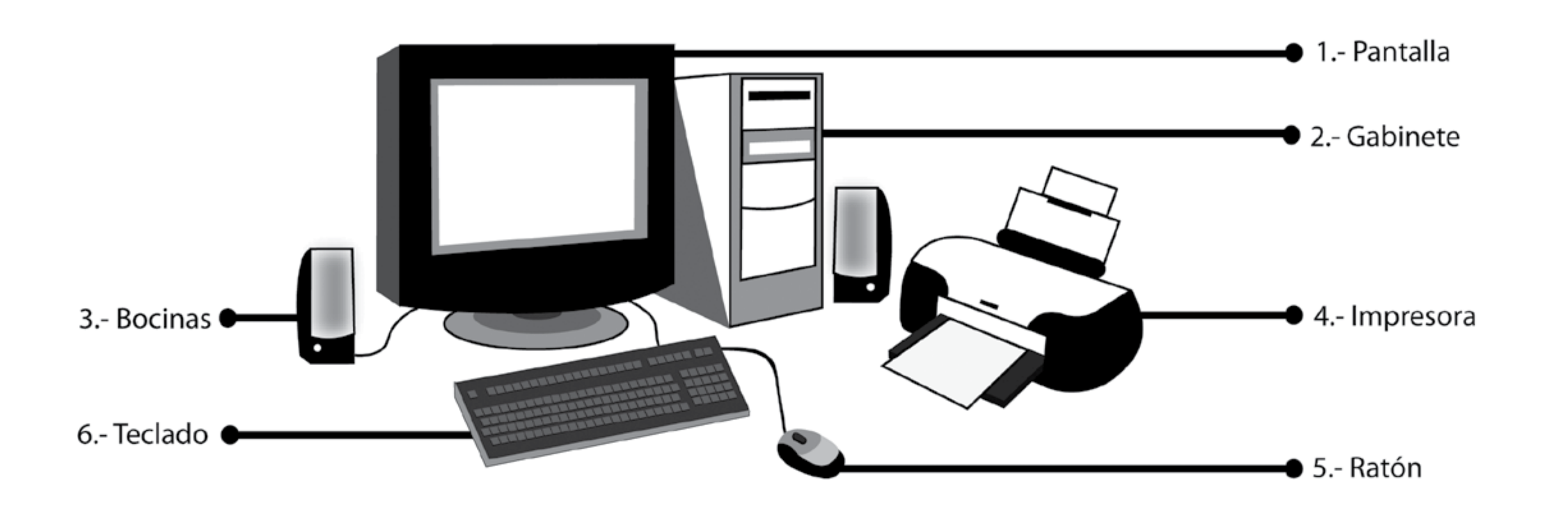
No olvidemos que éstos son los elementos técnicos, pero la radio es mucho más que los aparatos que la componen - ya que implica trabajo en equipo, en cabina, de producción, participación de la comunidad y miles de otros elementos fundamentales sin los cuales ninguna radio puede existir.



ANATOMÍA DE UNA GRABADORA



PARTES DE LA
COMPUTADORA



1) Pantalla:
La cara de la computadora, que nos comunica todo lo que sucede en lo más profundo de su alma.

2) Gabinete:
La piel de la computadora, su coraza, su caracol, dentro del cual se encuentran la memoria, el disco duro, y la tarjeta madre.

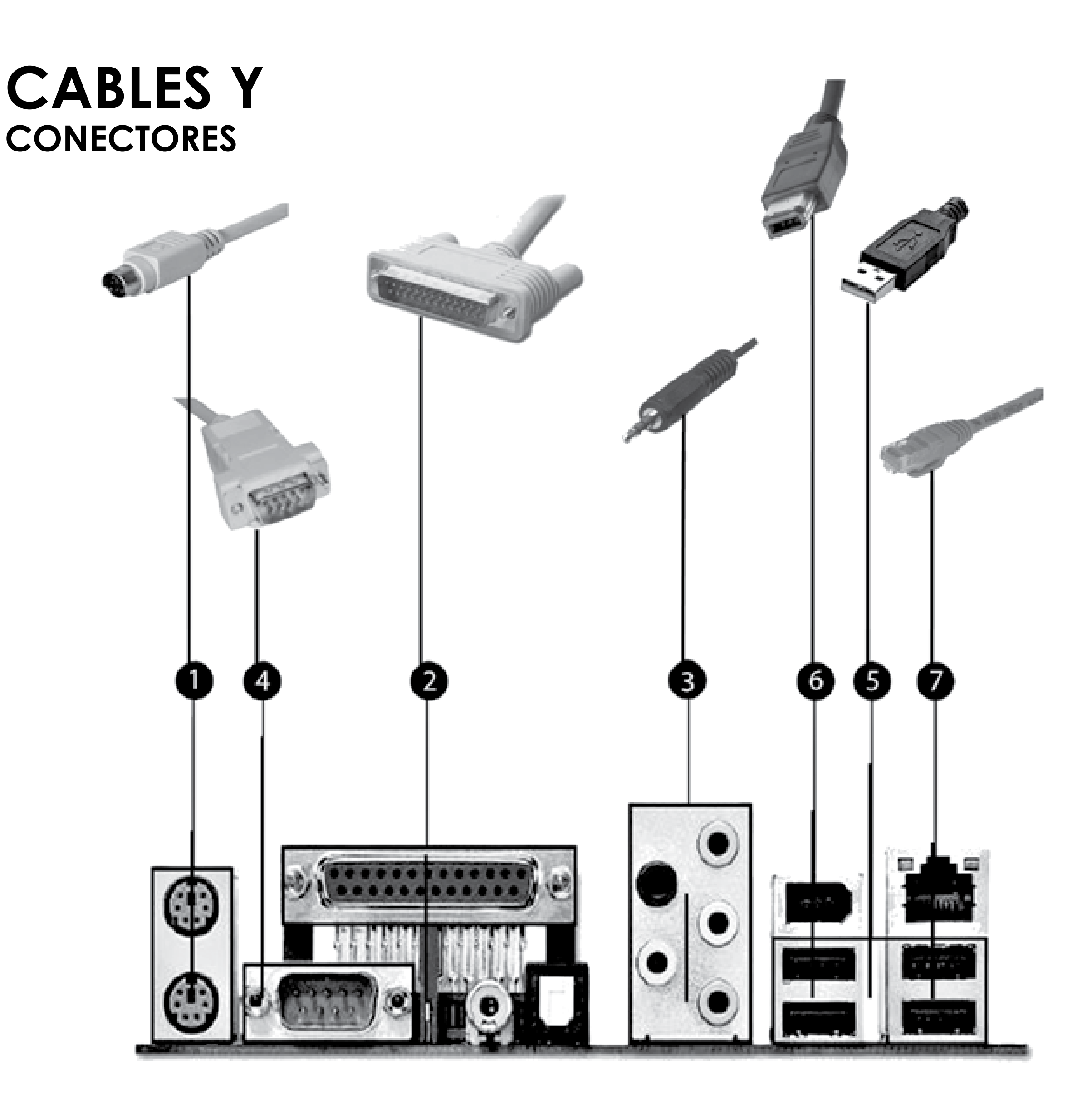
3) Bocinas:
La boca de la computadora a través de la cual se puede reproducir música, u otros audios almacenados en la máquina.

4) Impresora:
El aparato que imprime hojas desde la computadora.

5) Ratón o Mouse:
La extensión de tu mano que se extiende adentro de la computadora para indicar qué acciones queremos realizar.

6) Teclado:
Una máquina de escribir que entra números y palabras dentro de la computadora.

CABLES Y
CONECTORES



1) Conectores PS/2 para ratón y teclado:
incorporan un icono para distinguir su uso específico.

2) Puerto paralelo:
puerto utilizado por la impresora. Actualmente está siendo reemplazado por USB.

3) Conectores de sonido:
las tarjetas madres modernas incluyen una placa integrada de sonido con todas sus conexiones.

4) Puerto serie:
utilizado para ratón y conexiones de baja velocidad entre computadoras PC..

5) Puerto USB:
puerto de alta velocidad empleado por muchos dispositivos externos, como los escáneres o las cámaras digitales.

6) Puerto FireWire:
otro puerto de alta velocidad empleado por muchos dispositivos externos. No todas las tarjetas madres cuentan con una conexión de este tipo.

7) Red:
generalmente las tarjetas madres de última generación incorporan una placa de red integrada y la conexión correspondiente.

Fortaleciendo lo aprendido

En cada ronda de talleres, habrá cierto enfoque en el trabajo de equipo para que nos vayamos fortaleciendo en técnicas colaborativas y participativas para facilitar nuestros procesos de comunicación tanto locales como regionales.

Entre taller y taller, habrá tareas individuales y colectivas que sirven para reforzar los materiales de cada taller para nosotros y nosotras mismas y también para nuestras comunidades, radios y organizaciones.

¡Recuerda! Sin el trabajo que realicen, tanto a nivel individual como colectivo en los círculos de producción entre un módulo y otro, la Escuelita NO FUNCIONA. Necesitas practicar con más tiempo todos los temas que se vieron concentrados en el primer módulo.

La propuesta que presentamos como COMPPA es para que se realicen las actividades MÍNIMAS para no olvidar y reforzar lo que se vió en el Módulo.

Verás que después de cada tema hay recuadros con actividades propuestas para trabajar en cada círculo de producción. Es importante que se tomen el tiempo para ponerlas a la práctica.

Si ustedes quieren proponer y realizar, además, otras actividades como Círculo de Producción, perfecto.

LECTURAS
COMPLEMENTARIAS



En todo el continente hay personas que se han dedicado a escribir sobre sus experiencias de comunicación popular y su práctica con las diferentes herramientas de comunicación popular. El cononcer otras maneras de hacer comunciación popular puede servir para enriquecer nuestro trabajo como comunicadores y comunicadoras, por eso es que en cada manual vamos a incluir una serie de lecturas que pueden reforzar e inspirar nuestro trabajo.

Es tarea del comunciador y comunicadora ejercitar la lectura y la reflexión, y mejor si se comparten en grupo. Tal vez se nos haga difícil al pricipio si no estamos acostumbrados o acostumbradas, pero podemos ir empezando a leer por partes, un poco cada día y así ir agarrando el gusto por la lectura y avanzando.

Igualmente, al final de cada lectura hay un espacio para que anotemos nuestras reflexiones, dudas, e inquitudes, y asi platicarlas dentro de nuestros círculos de producción.

¡Esperamos que disfruten las lecturas!

LA REVOLUCIÓN
ES UN SUEÑO ETERNO

Revista Cara y señal, número 3, 2005

2005 será un año clave en la redefinición de los proyectos de las radios. Comienza una nueva etapa en la historia de las emisoras comunitarias de América Latina. Las cuatro dimensiones de la gestión integral de la radio comunitaria (Política, Comunicacional, Económica y Organizacional) serán los ejes sobre los que trabajará el programa conjunto de AMARC-ALC y ALER *«Ritmo Sur»*. Con el buen antecedente del programa Centroamérica en Sintonía (CAeSI) las radios comunitarias, centros de producción, televisoras comunitarias y las redes nacionales y subregionales, profundizarán una reflexión que en los últimos años se expresó en publicaciones de valor: Gestión de la radio comunitaria y ciudadana (AMARC, 1998), Estudio de Vigencia e incidencia (ALER, 2001), La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: La práctica inspira (ALER-AMARC, 2004). En este tercer número de Cara y Señal queremos aportar a este debate con preguntas, ideas, textos que piden a gritos ser transformados en *"acciones"*.

Cada radio comunitaria de América Latina construye su historia. Construye su tradición y su futuro: identifica sus orígenes, sus modelos y, al mismo tiempo, imagina sus horizontes y proyectos. Muchas veces se intentó construir un recorrido histórico que relatara los diversos orígenes y las distintas identidades y características de las radios comunitarias latinoamericanas. Un mapa integrado por proyectos políticos distintos, radios que suenan diferente y que se nombran de formas diversas. El intentó dar origen a repetidos debates sobre los nombres: ¿comunitarias?, ¿populares?, ¿participativas?, ¿alternativas?, ¿ciudadanas?, ¿educativas?

Las denominaciones no son equivalentes pero se suele concluir que todas son válidas. Detrás de cada una hay una lectura de la realidad, un conjunto de principios políticos y las identidades sociales y culturales de los colectivos que gestionan las emisoras o de las organizaciones que las fundaron.

Es difícil construir un relato único sobre el movimiento de las radios comunitarias sin diluir aspectos sobresalientes de su recorrido. No todas las radios se identifican con la tradición que comienza en Sutatenza, no todas las emisoras se sienten contenidas en la tradición que empieza en las minas bolivianas, ni todos los colectivos tienen como referencia a las radios creadas en el marco de proyectos de comunicación y desarrollo.

Los caminos transitados en los últimos años por el movimiento de las radios en América Latina llevaron a que en la actualidad se proponga la discusión sobre los proyectos político comunicacionales de las radios de la región. El objetivo principal es la voluntad de generar nuevos horizontes comunes para las emisoras y de esta manera consolidar el movimiento. La discusión tiene dos niveles: hacia el interior de cada radio y en el marco de las redes y del movimiento en su conjunto. Es posible que hacia el interior de cada radio esta sea una discusión frecuente que orienta su proyecto comunicacional y su propuesta radiofónica. Sin embargo, pocas veces estos recorridos, estas ideas y las prácticas que las acompañan trascienden el espacio local para integrarse en un proyecto global, movilizador y colectivo.

Animarse a discutir *«el proyecto político comunicacional de las radios comunitarias»* no supone que deban limarse todas las diferencias ni que haya que llegar a declaraciones tan generales como imprecisas. Este proceso implica dar un debate participativo a partir del cual las radios comunitarias latinoamericanas puedan construir nuevas estrategias de transformación social y consolidar las existentes.

LA ÉPOCA

En el esfuerzo por construir un mapa de situación para la acción política transformadora se pueden distinguir algunos puntos centrales. El riesgo es que las generalizaciones no alcancen para dar cuenta de cada una de las injusticias que viven los pueblos o que la magnitud de las mismas se mida por las cifras. Cada vida perdida en la miseria, la guerra, la enfermedad o la persecución debería alcanzar para despertar un grito de la humanidad.

Se suele recurrir al derrumbe del Muro de Berlín y al fin de los gobiernos comunistas en Europa como el hito que marca el inicio de la consolidación del discurso único. Este discurso se propone establecer que el capitalismo y la democracia representativa y formal significan *«el fin de la historia»*, el fin de la lucha por establecer las reglas sociales. Capitalismo mas «democracia» se convierten entonces en *«naturales»*, en indiscutibles como formas de organización de las relaciones de producción y de la esfera política. El sistema establece el horizonte de lo pensable para establecer que todo futuro será reproducción de este presente.

No es necesario profundizar en una discusión conceptual para desarmar el discurso único. Leer los diarios de los países latinoamericanos es suficiente para demostrar que la democracia capitalista no terminó con el conflicto social. Mientras haya injusticias habrá luchas. Mientras hombres y mujeres vivan la desigualdad en sus cuerpos, hombres y mujeres lucharán por la dignidad, dirán *«no»* y se organizarán para encontrar alternativas. Y el sistema las reprimirá, las encarcelará o convertirá sus prácticas en ilegales.

El complejo panorama político latinoamericano nos muestra que los pueblos organizados pueden derrocar gobiernos o generar profundas crisis políticas. Múltiples movimientos sociales luchan por sus derechos y algunos avanzan en sus conquistas. Al mismo tiempo, opciones políticas con un programa transformador obtuvieron la mayoría de los votos en sus países o regiones. Podría decirse que esto no ha implicado una transformación profunda de las estructuras sociales. Es cierto. Pero negar la importancia de las luchas específicas de grupos políticos o culturales es subestimar las necesidades de cientos de comunidades a las que el funcionamiento del sistema les quita su dignidad y que luchan por sus derechos.

La época presenta un conjunto de desafíos para los movimientos sociales y los proyectos transformadores. La construcción de formas de lucha que convoquen a las sociedades a movilizarse en contra de un sistema que puede garantizarles confort sólo si aceptan convivir con la miseria de los otros. Elaborar un horizonte político que llene de contenido al *«otro mundo posible»*. Profundizar la discusión sobre la cuestión de la toma del poder. Enormes desafíos. Irrenunciables desafíos. Nadie debería considerarse espectador.

LA RADIO

Es necesario crear un espacio para el intercambio en el que se pueda dar una discusión sobre el proyecto político y comunicacional de las radios comunitarias. Una discusión a la que se sientan convocadas muchas emisoras de la región. Un espacio en el que las radios puedan plantear sus perspectivas, dudas, intuiciones, preguntas con la posibilidad de encontrarse en un diálogo que genere nuevas consecuencias en su historia.

Las puertas para entrar al debate podrían ser infinitas. Aquí se proponen algunos ejes posibles para comenzar un intercambio.

I. LA RELACIÓN COMUNICACIÓN/POLÍTICA COMO MARCO DE LAS ACCIONES DE LAS RADIOS COMUNITARIAS

Compartir un debate sobre el proyecto político comunicacional de las radios comunitarias implica pensarlas en el marco de una relación entre la comunicación y la política que no debería darse por obvia. En primer lugar, porque este debate parte de concebir a las radios comunitarias como actores políticos, como organizaciones de la sociedad civil que se proponen desarrollar procesos y acciones transformadoras en algún plano de la vida social. Provocar una discusión sobre *«lo político»* es necesario para profundizar, en el marco de las identidades, de cada uno de los proyectos, formas de construcción y lucha política que puedan, por un lado, expresar las necesidades de los distintos sectores sociales y, por otro lado, movilizar, convocar y entusiasmar a la ciudadanía. ¿Qué es la política entonces? La política puede entenderse como las acciones de los sujetos -individuales o colectivos para conservar o transformar la realidad.

Desde una perspectiva de izquierda, puede comprenderse como el terreno en donde hombres y mujeres ponen en juego su capacidad de hacer, su capacidad para no ser engranajes de un sistema, y desarrollan acciones con la intención de liberarse de todos los tipos de dominio: económico, cultural, étnico, de género, etc.

La política puede entenderse como el espacio en donde las personas abandonan sus intereses individuales para construir con otros un espacio común, de solidaridad, de comunicación, de unión de fuerzas. *«La política está presente en todos los ámbitos donde se negocia la reproducción y la estabilidad de las relaciones de dominio.»*[1] La política es el ejercicio de la voluntad transformadora, el ejercicio de nuestra capacidad de comprender la realidad para poder modificarla.

El neoliberalismo, la democracia formal, la pobreza, la desigualdad, las consecuencias de las políticas de *«seguridad »*, las guerras. Los desafíos que plantean procesos de democratización emergentes en distintos países de la región. La llamada *«sociedad de la información»* y la expansión de nuevas formas de comunicación. Estos elementos, entre otros, impactan en la vida cotidiana de hombres, mujeres, niñas y niños. Dan forma a su experiencia. Les generan rechazo o aceptación. Los mueven a la acción o a la pasividad.

Los medios de comunicación son parte de la vida cotidiana de hombres, mujeres, niños y niñas. Informan, nombran, silencian, divierten, enseñan, promueven. En relación con ellos se construyen sentidos que dan forma a las prácticas y a otros sentidos. Los medios de comunicación son lugares del conflicto social en tanto son uno de los espacios privilegiados de la batalla cultural. Son espacios de confrontación entre distintas interpretaciones de la sociedad, son espacios en donde se promueve la transformación o se promueve la reproducción.
Las radios comunitarias fueron pensadas muchas veces con este horizonte: a partir de abrir los micrófonos a las comunidades y a los sectores populares, contrarrestar el relato que se realiza desde los medios hegemónicos y promover la participación de ciudadanos y ciudadanas en las decisiones que los involucran. Se trata ahora de volver a pensar en esta tarea. ¿Cómo se disputa desde las radios comunitarias una lectura de la realidad no sólo crítica sino también movilizante?

La lucha ideológica es imprescindible a menos que pensemos que el cambio social surgirá espontáneamente. *«Para gestar ‹un mundo en el que quepan muchos mundos›,*

según la hermosa frase del zapatismo, hace falta, por empezar, vencer la resistencia de quienes gozan de las ventajas del mundo tal cual es hoy y convencer, para que se sumen a quienes se bene-ficiarían con un cambio radical.»[2]

Éste es el marco en el cual puede pensarse a las radios comunitarias como actores político culturales con capacidad para intervenir en la batalla por la construcción de los relatos sociales, con capacidad para constituirse en espacios de encuentro para hombres y mujeres en el marco de la fragmentación de las sociedades latinoamericanas. Con capacidad para mostrar que otro mundo es posible y con capacidad para construirlo todos los días.

El debate comprende entonces una discusión sobre qué es la política y sobre cómo las radios comunitarias encuentran en ese campo formas propias de construcción y de disputa. Una de las grandes preguntas del debate que aquí se propone es: ¿cuáles son las tareas políticas específicas de las radios comunitarias en el actual contexto?

II. LA RELACIÓN RADIOS COMUNITARIAS/MOVIMIENTOS SOCIALES

Los movimientos sociales expresan a la sociedad civil organizada. Con características y luchas diversas son protagonistas de la realidad latinoamericana.

El Foro Social Mundial muestra un abanico de organizaciones locales, nacionales, regionales y mundiales que, con diferentes intereses y estrategias, se proponen la construcción de otro mundo. Una gran cantidad de redes agrupan a organizaciones que promueven la transformación en esferas específicas de la vida social. Grupos sociales que no se resignan a ningún tipo de sometimiento luchan día a día en cada país: campesinos, indígenas, trabajadores, desocupados, estudiantes, mujeres, hombres. Los tipos de agrupamientos son diversos: sindicatos, organizaciones, centros de estudiantes, coordinadoras, cooperativas, medios de comunicación, redes, grupos de activistas, organizaciones no gubernamentales. Las tendencias ideológicas varían desde las posiciones autónomas radicales a los partidos políticos que se proponen lograr la gestión del Estado. Los pueblos dibujan continuamente el mapa de las resistencias. Si resulta difícil orientarse entre la diversidad de espacios y organizaciones, un posible ejercicio sería intentar discernir el carácter de las luchas: *«el criterio de análisis de las múltiples iniciativas que surgen de la sociedad civil ‹de abajo› será su carácter antisistémico, es decir, la medida en la cual cada uno de los movimientos sociales o las organizaciones no gubernamentales contribuyen a cuestionar, en el dominio que les es propio, la lógica del sistema capitalista.»*[3]

En este contexto es válida una discusión acerca de las relaciones entre las radios comunitarias y los movimientos sociales de la región. ¿Las radios deben integrarse a los movimientos sociales como sus *«frentes comunicacionales»*? ¿Deben relacionarse con ellos en términos periodísticos o de difusión? ¿Deben considerarse a sí mismas un movimiento social que lucha por el derecho humano a la comunicación? ¿Deben analizar cuáles son su aliados estratégicos?

La relación entre las radios comunitarias y los movimientos sociales y grupos de la sociedad civil -partidos políticos, ONGs, colectivos, referentes político culturales puede tener decenas de variantes. Y cada grupo puede establecer el conjunto de relaciones más afín a sus identidades político culturales. No se trata, tampoco en este caso, de dictaminar la decisión correcta sino de plantear la discusión acerca de cómo las radios tejen sus redes sociales. Y en qué medida estas redes son las que hacen posible correr los límites para la acción política transformadora.

III. LA RADIO COMO UN ESPACIO DE COMUNICACIÓN

Conceptualizar a las radios comunitarias como actores político culturales no implica negar su especificidad como medios de comunicación. Por el contrario, contie-

ne el desafío de articular lo político con lo radiofónico en una propuesta en donde la radio sea un espacio cada vez más movilizador, cada vez más atractivo, que convoque a la acción, al pensamiento, al rechazo, a la batalla. Contiene el desafío de poner la creatividad política colectiva al servicio de una propuesta radiofónica.

La radio como el espacio de esos sonidos que pueden conmover más que muchos discursos. La radio como la fuente de ese susurro que llega a una casa lejana y puede modificar una parte de esa otra vida con la que se encuentra.

La formación de un lenguaje radiofónico es tan política como la reflexión sobre la agenda ya que las disputas de sentido también se dan en el terreno de las formas. Es política la declaración de que la radio puede ser más que una sucesión de canciones de moda y noticias leídas por una voz sin localismos. Es política la búsqueda de la palabra precisa. Es política imaginar el espacio más propicio para el diálogo y la acción más inteligente para la movilización. Es indispensable hacer de la radio el arte de contar el mundo con una voz propia que pueda provocar la conciencia, la lucha, el baile, la idea, la sonrisa, la furia.

El debate sobre las audiencias sigue vigente. No se trata sólo de hacer *«estudios de audiencia»* sino de preguntarse ¿cómo se construye un discurso transformador que dialogue con la sociedad civil?, ¿cómo se hace para no convertir a la radio en un púlpito, en una clase, en un espacio autosatisfactorio?, ¿cómo se hace una radio participativa y al mismo tiempo relevante?, ¿cómo se puede armar una radio participativa y de calidad al mismo tiempo? Una radio protagonizada por la comunidad pero atractiva para los públicos. Una radio plural pero no neutral.

En La Práctica Inspira, libro editado por AMARC y ALER, se sostiene: *«Podemos decir que una radio comunitaria tiene incidencia cuando: aporta significativamente en las lecturas e interpretaciones políticas, culturales y/o informativas del lugar, de la región o del país; desata procesos de toma de conciencia y de cambio en actitudes en la población; participa con peso en la construcción de la opinión pública; logra articular públicos y actores sociales.»* [4] Después de leer esto, cualquiera que trabaje en una radio comunitaria podría preguntarse *«¿y eso cómo se hace?»*

La capacidad de incidencia no depende únicamente de las buenas ideas o la correcta organización. Las radios comunitarias desarrollan sus estrategias en un espacio político, cultural y mediático. Espacio atravesado por múltiples conflictos y organizado de acuerdo a las distintas relaciones de fuerza. En este sentido, es importante a reflexión acerca de los espacios de intervención, el rol de los distintos actores, los imaginarios sociales y la adecuación de las propias estrategias a ese marco.

Es necesaria una comprensión de la realidad que permita desarrollar acciones con cierta probabilidad de eficacia. La desigualdad en las relaciones de fuerza económicas, políticas y culturales no puede esconderse bajo la alfombra del optimismo. Ni se puede olvidar que construir nuevos sentidos es luchar contra los sentidos existentes. El conflicto no se puede excluir de las reflexiones ni de las prácticas ya que es en diálogo con la cultura y con la experiencia en donde se construyen las significaciones. Para poner un ejemplo simple: no puede pensarse que la violencia contra las mujeres dejará de existir por una campaña radial.

Sólo en la medida en que la sociedad civil organizada construya frentes de lucha diversos pero sistemáticos, con acciones

coordinadas, fuertes, sostenibles en el tiempo, en diálogo con la ciudadanía y en abierta confrontación con lo dominante sucederán las verdaderas transformaciones. En ese marco, las radios pueden encontrar un lugar como espacios de comunicación que puedan articular acciones y trabajar en el orden de los sentidos para movilizar a sus comunidades. Un lugar como espacio para la comprensión de las condiciones estructurales de las sociedades. Un espacio de articulación de subjetividades a las que se les pueda ofrecer caminos posibles para la participación transformadora.
Hoy el mercado organiza la cultura. La ganancia organiza la fiesta. El poder organiza la comunicación. La explotación organiza el trabajo. Hombres y mujeres sueñan con otro mundo. Un sueño que no los adormece sino que por el contrario los hace pensar y construir otras condiciones. En el medio la radio. La radio como el registro de las voces de los pueblos de América Latina. La radio como la información útil para cada día. La radio como el paseo por los mundos que nunca conoceremos. La radio como el pasaje al mundo que queremos construir. La radio como la memoria y la barricada de las luchas. La radio como el placer de escuchar esa melodía por el sólo placer de escucharla. La radio como la provocación de la risa franca. La radio como el saber que puede salvarnos de la enfermedad. La radio como la información sobre ese derecho que, una vez más, nadie respeta. La radio como ese sonido que puede cambiar nuestra mirada sobre el mundo. La radio, al fin, como espacio en donde puede articularse lo disperso y escucharse lo que está silenciado.

IV. LA RADIO COMO ORGANIZACIÓN

Para afrontar las consecuencias de un debate sobre el proyecto político comunicacional de las radios de la región es necesario contar con organizaciones fuertes, con grupos de trabajo o colectivos que puedan llevar adelante los objetivos que se diseñan. Espacios de trabajo que estén organizados de manera coherente con las ideas y valores que se defienden.

Las radios comunitarias sólo pueden construir autonomía y sostenibilidad si son capaces de pensarse y realizarse de manera integral. En el manual Gestión de la radio comunitaria y ciudadana se propone entender a la gestión desde una perspectiva que integra cuatro dimensiones: *«diseñar la gestión de la radio comunitaria y ciudadana significa hacer operativos los objetivos político culturales, comunicacionales y empresarios a través de un modo de organización.»*[5]

Cada grupo o colectivo puede encontrar las formas organizativas que le resulten más adecuadas, puede aceptar o negar las metodologías de planificación, puede tener o no asesores externos, puede incluso tener o no tener recursos económicos. Pero lo que es seguro es que cualquier radio comunitaria que descuide la construcción en algunas de sus dimensiones está hipotecando su futuro.

Radios que se parecen más a proyectos personales que a iniciativas comunitarias, radios en las que las mujeres no tienen lugar, radios en donde se reproduce el autoritarismo que se dice combatir, radios en donde las decisiones las toman los entes financiadores. Estas realidades pueden encontrarse en muchas emisoras de la región.

Analizar la construcción de cada proyecto implica la valentía de mirarse sin autocontemplaciones, sin la necesidad de justificarse ni el temor de reconocer las propias deficiencias. Sólo la capacidad de ser autocríticos con las propias decisiones, o con la falta de ellas, permitirá que cada proyecto construya nuevos horizontes.

¿Cómo construir una radio democrática y eficaz al mismo tiempo? ¿Cómo cons-



truir un proyecto autosostenible económicamente sin negociar con la lógica del capitalismo? ¿Cómo construir una organización fuerte pero no burocratizada? ¿Cómo sumar a la comunidad a la gestión de la radio? Las mismas preguntas de siempre que no tienen más respuesta que la práctica, que la búsqueda por construir en el espacio de trabajo las relaciones que se promueven para la sociedad.

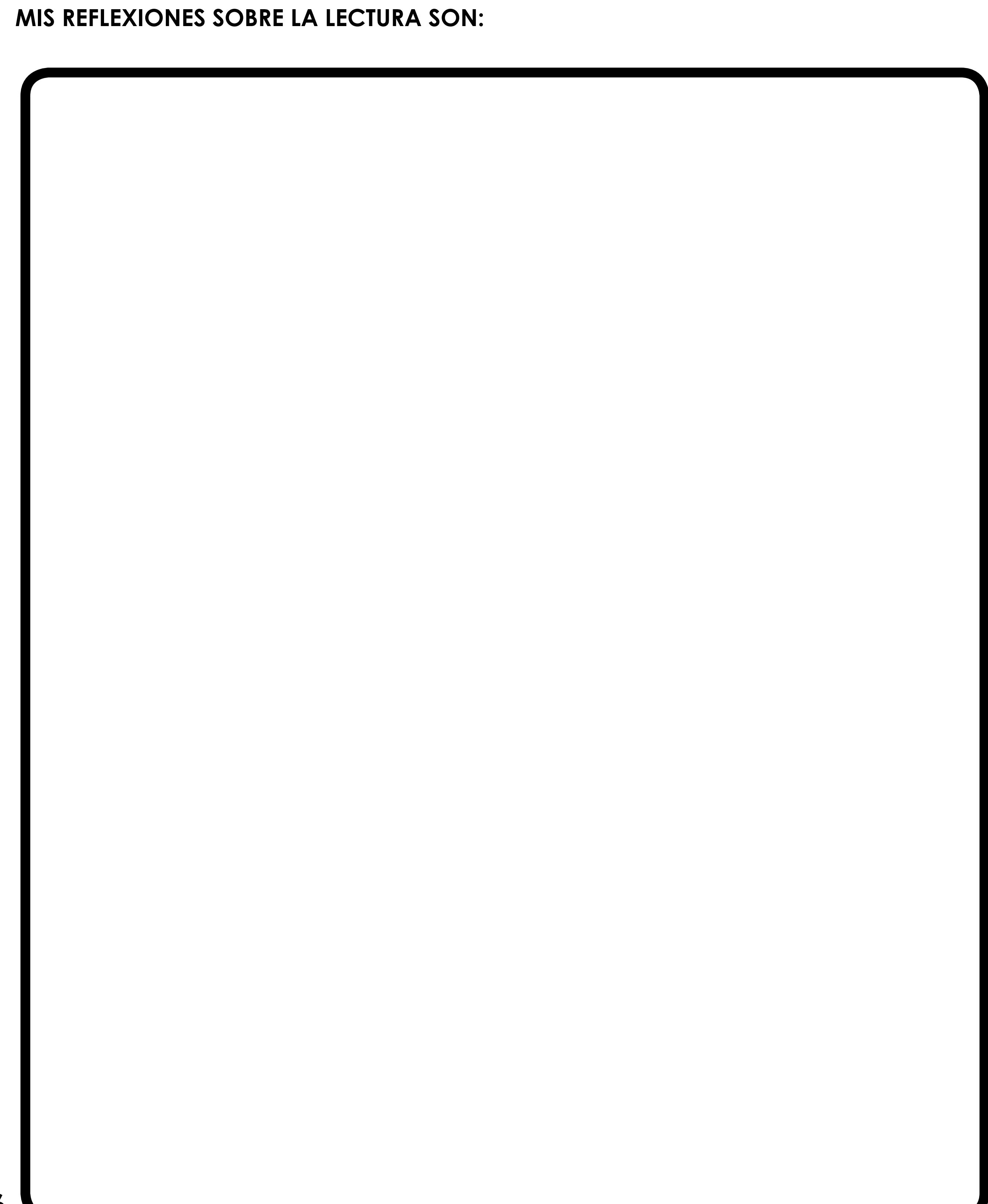
EL SUEÑO

La discusión se abre. Como una puerta hacia el futuro que todavía puede construirse. No hay respuestas únicas que deban imponerse a las comunidades o colectivos que gestionan las radios.

Es probable que la única respuesta sea la sugerencia de comprender la realidad y poner la creatividad al servicio de la voluntad de transformación. *«Porque es en el terreno de la ‹lectura› de nuestra condición material que se da la disputa fundamental contra el capitalismo» al mismo tiempo que «la vivencia subjetiva de un orden explotador debe hacerse comprensible y articularse profunda y duraderamente con la de otros para llegar a ser relevante.»*[6]
«Además de la conversación de las mujeres son los sueños los que sostienen al mundo en su órbita»[7]. ¿Será el sueño esa idea que tenemos de hacer del mundo un buen lugar para vivir? ¿Será el sueño eso que deseamos hacer pero parece inalcanzable? ¿Será el sueño la luz roja que se enciende y nos indica que alguien en algún lugar se encuentra con nosotros en ese sueño que se transforma en el sueño de otros para tal vez dejar de ser un sueño? ¿O ser un sueño eterno? ¿O ser un sueño sin fin pero con finales todo el tiempo?

Notas:
El título de esta nota pertenece a una novela del escritor argentino Andrés Rivera.
1. Manual de guerrilla de la comunicación. Barcelona, Virus, 2000.
2. Thwaites Rey, Mabel. La autonomía como búsqueda, el Estado como contradicción. Buenos Aires, Prometeo Libros, 2004.
3. Houtart, François. Sociedad civil y espacios públicos, en Monereo, Manuel y Riera, Miguel (ed) Porto Alegre, Otro mundo es posible. España, El Viejo Topo, 2001.
4. Geerts, Andrés, van Oeyen, Víctor y Villamayor, Claudia. La radio popular y comunitaria frente al nuevo siglo: La práctica inspira. Quito, ALER - AMARC, 2004.
5. Villamayor, Claudia y Lamas, Ernesto. Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. Quito, AMARC, 1998.
6. Thwaites Rey, Mabel. Idem. 7. José Saramago. Discurso de aceptación del Premio Nobel de Literatura en 1998.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:



PALABRAS, AGUA Y VIENTO:
PUEBLOS INDÍGENAS Y COMUNICACIÓN

Alfonso Gumucio Dagron

PREÁMBULO

La comunicación es tan importante para la vida de los individuos y de las sociedades, como el agua. Parece tan obvio y sin embargo no lo es.

Como el agua, es el fluido de símbolos que permite relacionarnos, mantener diálogos y establecer solidaridades.

Como el agua, es indispensable en el desarrollo, en la cultura y en la supervivencia de los pueblos.

No es casual que las grandes civilizaciones han crecido cerca de las fuentes de agua dulce, de los grandes ríos y lagos, como no es casual tampoco que las grandes civilizaciones, las más avanzadas en su tiempo, han desarrollado formas sofisticadas de comunicación.

Las civilizaciones que no han podido preservar sus fuentes de agua dulce, han colapsado, y de las que no pudieron desarrollar formas de comunicación elaboradas, por ejemplo el lenguaje escrito, queda muy poco en la memoria.

La comunicación es por tanto estratégica para los pueblos, y al decir estratégica decimos que es política, o sea, indispensable en la organización del espacio público de la sociedad.

Es en la pugna por ese espacio público que está siempre en disputa -donde ganan o pierden legitimidad los diversos actores sociales- que se entiende la importancia de la comunicación y su estrecha relación con el poder.

Se suele afirmar que quien controla la comunicación controla el poder, pero afortunadamente esta es una verdad a medias, porque la comunicación es en realidad un proceso de negociación permanente que transcurre en muchos niveles y de muchas formas.

Para tratar de entenderla, lo primero es saber nombrarla.

DISTINGUIR COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

Es difícil entender la comunicación cuando no se tiene una comprensión de lo que significa el término. Algunos de los que trabajamos en la comunicación durante décadas y hemos reflexionado sobre ella, venimos insistiendo en la importancia de diferenciar comunicación de información.

Es frecuente que la gente use el idioma sin propiedad, que use una palabra por otra, y esas particularidades en el habla popular tienen incluso su encanto, cuando se nombra a una cosa por otra, pero en el caso de los estudios sobre comunicación e información, no usar los términos correctamente tiene consecuencias más allá de simplemente expresarse mal.

El problema de confundir los términos –comunicación e información- y utilizarlos indistintamente como si fueran una misma palabra, es que luego no entendemos lo fundamental: la comunicación es un proceso de diálogo horizontal, mientras que la información es la producción de sentido de carácter vertical, y en una sola dirección. Esto no quiere decir que la información imponga automáticamente los sentidos que han sido creados en un nivel central, sino simplemente que esos sentidos no han sido creados a través del diálogo.

Es lamentable la confusión cuando se habla de los "medios de comunicación masiva" para referirse a los medios de difusión o de información. Muchos colegas, estudiosos de la comunicación usan esa expresión, heredada de la jerga de los estudios en Estados Unidos, como si no hubieran leído algo más cercano a nosotros, lo que Antonio Pasquali escribió ya en 1963. Para el pensador y especialista de la comunicación venezolano, la expresión *medios de comunicación* "repugna", porque los medios masivos no comunican, solamente difunden:

La expresión medio de comunicación de masas (mass-communication)
contiene una flagrante contradicción en los términos y debería proscribirse.
O estamos en presencia de medios empleados para la comunicación y
entonces el polo receptor nunca es una "masa", o estamos en presencia de
los mismos medios empleados para la información y en este caso resulta
hasta redundante especificar que son "de masas".

Desde su origen en latín, el término *comunicación (communio, communicatio)* está asociado a los conceptos de *participar*, *dialogar y compartir.* No es precisamente lo que hace la mayoría de los medios de difusión, que responden a intereses económicos y/o políticos, antes que a los intereses de la sociedad. Los medios de difusión en el mejor de los casos informan, pero como sabemos bien, en muchos casos desinforman.

Por qué les vamos a regalar a los medios masivos una palabra tan hermosa como *"comunicación"*. Tenemos que recuperarla, porque la comunicación está más cerca de la vitalidad de la cultura y de la generación de conocimiento que la información.

La información no es lo mismo que el conocimiento, aunque se le confunde con mucha frecuencia. El conocimiento no se transfiere como un paquete, sino que se produce en cada individuo y en cada comunidad, cuando una información recibida es contrastada con la cultura y con la ideología propias.

Hechas estas aclaraciones hablemos de medios, de información y de comunicación en relación a la discriminación, al racismo y a la exclusión de los pueblos indígenas.

LOS MEDIOS HEGEMÓNICOS

El tema indígena es marginal en los medios de difusión, aún en países, como Guatemala, donde la cultura indígena es omnipresente y mayoritaria. Cuando en los medios aparecen los indígenas, es como *"objetos"* de noticias y no como sujetos y actores sociales. Decía ayer Rigoberta Menchú que en su propio país ella no existe, y solamente aparece cuando hace alguna *"travesura"*. Dijo también que para evitar los escándalos mediáticos que se producen cuando dice algo que podría irritar a los círculos de poder, muchas veces se ha autocensurado. Pero recomendó no hacerlo, y más bien cometer muchas travesuras para romper con los moldes estrechos de la censura y de la autocensura. *"No perdamos el sentido de la indignación"*, añadió.

Los diagnósticos sobre la discriminación y el racismo en los medios son abundantes, y no voy a repetirlos. Hay una evidencia aplastante de que es un hecho real que se manifiesta de las muchas formas que se han señalado antes. Como mencionó Anabella Giracca, hay en los medios una discriminación activa, muy evidente, brutal y violenta, y también una discriminación pasiva, subyacente, disfrazada de discurso democrático. La invisibilización existe incuestionablemente y es una manera de *"desaparecer"* a los indígenas

como antes (y hoy todavía) se intenta desaparecerlos por las armas.

Es tan común en los medios de difusión el uso de la imagen indígena desprovista de contenido, completamente plana, sin más espesor que el del papel en la que está impresa o el vidrio de la pantalla donde se mira. Son imágenes sin oxígeno, pura apariencia, que recuerdan el tratamiento paternalista que se daba al "buen salvaje", como nos recordó Miguel Rojas Mix.

¿Qué pueden hacer los periodistas para revertir esa situación? Aquí estamos frente a un dilema muy grande, porque los medios de difusión responden a intereses que no permiten disensiones, a menos que esas discrepancias correspondan a otras potencialidades que están ganando espacio y pueden ejercer un papel contestatario.

Puede haber periodistas bien intencionados, que simpatizan con el tema indígena aunque no lo conozcan en profundidad, pero no pueden hacer mucho al respecto porque son parte de una maquinaria que los sobrepasa. En un medio de difusión, el periodista es apenas una tuerca de esa gran maquinaria a cuyos niveles de decisión los periodistas no pueden acceder. De ahí que suceda todo lo que sucede y un ejemplo son esos titulares que a veces son grotescos porque están incluso en franca contradicción con el contenido de una nota. Es decir, tiene más influencia el titulador, que suele ser sensacionalista, que el reportero autor de una nota.

Que exista un *"hábito"* racista en la sociedad y que los medios no hacen sino reflejarlo, no es ningún consuelo. Si la información cumple ese papel de perpetuar el status quo del sistema hegemónico y preservar el poder basado en la acumulación del dinero, la comunicación tiene el papel de revertir esa situación.

Soy bastante pesimista de que los medios masivos *"se abran"* generosamente al mundo indígena con sinceridad y con sentido democrático, y menos en un país como Guatemala. A veces permiten un *"acceso"* controlado a ciertos temas, pero nunca dejan de ejercer su poder de decisión. Recordemos que el *"acceso"* no es lo mismo que la participación. Mientras el acceso permite aperturas circunstanciales y en condiciones controladas para que se expresen los que no tienen medios propios, la participación significa algo mucho más importante: la capacidad de tomar decisiones sobre los medios.

Los medios masivos difunden y tal vez informan, pero no comunican. No admiten una relación de equidad con la sociedad, sino una relación de influencia-dependencia con los grupos de poder. Esa relación es el origen de la expresión "cuarto poder" atribuida a Edmund Burke, que data de más de dos siglos.

A fines de los años 1970s un importante estudio de la UNESCO, dirigido por el Premio Nóbel de la Paz Sean McBride, en la que participó también García Márquez, hizo hincapié en los desequilibrios en los flujos de información y recomendó el desarrollo y fortalecimiento de alternativas a los medios hegemónicos. La situación actual de concentración de muchos medios en pocas manos y coludidos con los intereses económicos y políticos es tan alarmante que no es gratuito que el exdirector de Le Monde Diplomatique, el prestigioso intelectual español Ignacio Ramonet, reivindique la necesidad de un *"quinto poder"*, es decir, un poder ciudadano que supervise al "cuarto poder" de los medios masivos.

Esta necesidad ha sido parcialmente respondida en por lo menos una decena de países de nuestra región, con la creación

de los observatorios ciudadanos de medios, como el que fundó Rosa María Alfaro en Perú, y el que dirige en Guatemala Evelyn Blanck, ahora constituidos en una red latinoamericana que agrupa a once observatorios.
Los intentos por establecer normas para que los medios de difusión masiva respondan a las necesidades de la sociedad y adquieran responsabilidad social frente a la ciudadanía, enfrentan en nuestra región una oposición cerrada de los consorcios mediáticos que suelen lanzar el grito al cielo invocando la palabra *"censura"* cada vez que los Estados intentan introducir algún tipo de regulación.

En realidad, las pocas leyes que norman a los medios de difusión en América Latina no son muy diferentes a las que existen en Estados Unidos o en Europa: se preocupan ante todo por la infancia, por la educación y por la cultura, y establecen restricciones o cuotas para favorecer la programación de interés social.

Es paradójico e inadmisible que el único sector que no acepta que su actividad esté normada, sea el sector de los medios de difusión e información. Todos los demás sectores se someten a normas que las sociedades establecen, desde los que fabrican jabones y papel higiénico hasta los que imparten educación o velan por la seguridad. ¿En virtud de qué privilegio de origen divino o sobrenatural estarían exentos de asumir una responsabilidad social los medios masivos? A veces, leyendo los diarios o mirando un canal de televisión, uno desearía que se aplicara sobre ellos alguna regulación que tenga que ver con los jabones o el papel higiénico, es decir, con la limpieza.

Ante las dificultades para que los medios masivos comerciales asuman una respon-sabilidad verdadera frente a la sociedad y no se guíen exclusivamente por el lucro o los intereses políticos, es que los Estados más desarrollados mantienen y protegen los medios públicos como una alternativa para la población. La función de los medios públicos es precisamente la de asumir la responsabilidad social que los medios comerciales rechazan, en el campo de la educación, de la cultura y de la información.

Se suele criticar a los medios públicos con dos argumentos principales: por una parte hay casos en los que responden a los gobiernos de turno antes que a los intereses de la ciudadanía, y por otra parte se dice que son *"aburridos"*. La primera crítica es cierta en algunos países de la región, no en todos, mientras que la segunda crítica nos dice mucho de hasta qué punto ha logrado distorsionarse el gusto de la audiencia con el bombardeo de basura de mal gusto y la publicidad mentirosa que ofrecen los medios

EL TERCER SECTOR

Ante la indolencia de los medios comerciales que no sirven a las sociedades de las que lucran, y ante el fracaso de los medios públicos en algunos países de la región, han surgido desde finales de los años 1940s experiencias de comunicación local y comunitaria que hoy se agrupan en lo que se denomina el *"tercer sector"* de los medios.

La importancia de este sector es creciente. Por ejemplo, hay actualmente más de 10 mil emisoras de radio comunitaria y local en América Latina. De ellas cerca de 6 mil entre Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia. Los Estados que hoy entienden el papel que cumple el tercer sector en la organización de la sociedad son pocos, pero algunos destacan por sus decisiones a favor del derecho a la comunicación.

Hace apenas unos meses el Congreso de Uruguay aprobó una ley que otorga a los medios comunitarios (radio y televisión) por menos un tercio de las frecuencias,

tanto en el espectro analógico actual, como en el espectro digital que se implementará en los próximos años. Colombia, por su lado, ha apartado 500 frecuencias de radio para las emisoras comunitarias e indígenas.

La legislación que reconoce, protege y promueve a los medios comunitarios ha avanzado mucho en años recientes en América Latina, aunque hay todavía Estados recalcitrantes que defienden los intereses de los medios privados comerciales y se resisten a apoyar tanto los medios públicos como los medios del sector comunitario. Ya sabemos, y lo han reiterado ayer varios expositores, que abundan los acuerdos y convenciones nacionales, regionales e internacionales que obligan a los estados a proteger y promover los medios de las comunidades indígenas, pero estos no tienen la voluntad política de hacer realidad las disposiciones que la comunidad internacional exige.

En nuestros países, en contra de las constituciones políticas de los estados y en contra de lo que dicen los tratados internacionales, el interés particular es el que prevalece sobre el interés público y el interés social, cuando debería ser exactamente lo contrario.

Hay ocho mil solicitudes de frecuencias para radios comunitarias en Brasil, que la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) se niega a autorizar. A las pequeñas emisoras que salen al aire sin esperar el permiso, las reprimen, pero en cambio autorizan emisoras privadas a casi todos los políticos en el Senado (los mismos que están actualmente envueltos en sonados escándalos de corrupción). En Chile las limitaciones para el alcance de las frecuencias son tan draconianas, que las emisoras no pueden siquiera cubrir su área de influencia comunitaria. En México se ha llegado a asesinar a mujeres indígenas que trabajan en radios comunitarias y solo se "*permisionan*" –este es el término utilizado en México- algunas emisoras, pues no existe una legislación de medios coherente, y no la va a haber mientras el imperio de Televisa continúe intentando imponer reglas que favorecen su monopolio. Guatemala, como veremos, es uno de los ejemplos más crueles en toda América Latina.

Es importante señalar, como un dato, que el buen ejemplo de América Latina en el desarrollo de las radios comunitarias ha cundido por otras regiones. La India aprobó a fines del año 2006 legislación que reconoce y promueve la creación de emisoras comunitarias, y hay miles de licencias pendientes de aprobación.

En África del Sur, al terminar el Apartheid y al retornar la democracia se aprobaron leyes que no solamente reconocen al tercer sector de radios comunitarias, sino que establecen instituciones y fondos para apoyar su desarrollo. Otros países africanos, como Ghana, han mostrado un desarrollo vigoroso de sus radios comunitarias.

Cuando hablamos de radios comunitarias, lo importante es que no perdamos de vista la naturaleza de los procesos de comunicación. No se trata del instrumento radio llevado al nivel local y nada más. De hecho es el error garrafal que se comete ahora con las nuevas tecnologías, donde se sobrevalora el instrumento por encima del proceso comunicativo y se cree que la conectividad y las computadoras van a erradicar la pobreza.

La idealización de las tecnologías o de las emisoras comunitarias e indígenas no ayuda, como señaló Rosa María esta mañana. Lo que importa es que esos instrumentos pueden propiciar la comunicación como diálogo problematizador, capaz de revelar y quizás resolver las contradicciones, y no para proyectar simplemente una imagen idílica y armoniosa, inexistente en la realidad. Quienes hemos vivido o trabajado en comunidades urbanas y rurales, indígenas o no indígenas, sabemos que no existe la

comunidad perfecta y monolítica. Esa caricatura es tan peligrosa como la caricatura racista que hacen los medios. Sabemos que en cada comunidad se reproducen los problemas de la sociedad en su conjunto. En cada comunidad hay ricos y pobres, hay los que abusan del poder y los que luchan para conquistarlo.

Sobre esas condiciones reales es que el proceso de comunicación *–es decir de diálogo y participación-* es indispensable en la lucha por la sociedad democrática y participativa.

De alguna manera, para lo que sirven los medios comunitarios es para aquello que Rigoberta dijo ayer aquí mismo, para que en algún momento los indígenas entiendan, colectivamente, que la pobreza no es su destino, y que un pueblo pensante no puede ser nunca un pueblo víctima.

NO HAY DEMOCRACIA SIN INCLUSIÓN

Es una de las tareas más importantes de las emisoras comunitarias promover la inclusión social. Esto quiere decir, fortalecer las voces de quienes no tienen voz en los medios comerciales. A lo sumo, los medios comerciales hablan en nombre de los sectores marginados, interpretan a su capricho las voces de quienes no tienen medios propios.

No es necesario abundar sobre las caricaturas y distorsiones que se dan en los medios de difusión sobre los temas indígenas. Esto podría, si acaso, entenderse en países donde las comunidades indígenas son minoritarias, como es el caso de México, Chile o Nicaragua, pero no en los países donde constituyen la mayoría de la población, como es el caso de Bolivia, Ecuador o Guatemala.

Incluso en países donde los indígenas son minoritarios, se han establecido normas para que las comunidades puedan ejercer su derecho a la comunicación, como lo ha hecho Colombia. En Perú, Bolivia, Ecuador, Venezuela, se alienta o por lo menos se acepta el principio de que las comunidades indígenas administren sus propias emisoras, con fines culturales, educativos y de transformación social.

En Guatemala se las califica de "piratas" y se las reprime con más violencia que a los traficantes. Se les infunde miedo de manera que las que están autorizadas o toleradas, no se atreven a elevar sus voces por las que son perseguidas. Es el único país de la región donde no existe una sola red representativa de la mayoría de las radios comunitarias, sino varias que no logran ponerse de acuerdo. Para obtener la licencia las emisoras indígenas de Guatemala tienen que competir con dinero, con los ricos y poderosos, en la subasta de licencias, lo cual es en la región un caso de estudio por lo que tiene de atentatorio contra el derecho a la comunicación. En los foros internacionales se cuenta casi como un chiste que en Guatemala el mayor dueño de medios es un mexicano que vive en Miami.

Para justificar la represión de las radios indígenas, incluso los propios periodistas guatemaltecos esgrimen el argumento de que hay radios comunitarias que son usadas para fines políticos. Sobre esto se pueden decir dos cosas, la primera, es que todos los medios tienen fines políticos, aunque no sean fines partidistas, y si ese fuera un argumento válido, habría que quitar la licencia de operación a todas las radios, periódicos y canales de televisión comercial, pues todos tienen su propia agenda política. Por otra parte, esa critica no se refiere a las emisoras indígenas, sino a emisoras privadas de diputados o dirigentes políticos, que las usan para sus fines personales o partidarios. Y habría que añadir las radios evangélicas, que hacen proselitismo religioso y dividen comunidades.

En ambos casos, lo que queda claro es la necesidad de una legislación que, de manera precisa, defina con exactitud lo

que es una radio comunitaria, a diferencia de una radio religiosa, o de una radio privada local. Otros países ya lo han hecho. Mientras exista tanta confusión y un vacío legal, continuará la represión y la injusticia con las voces indígenas.

No parece haber la menor intención de legislar a favor del derecho a la comunicación en Guatemala.

Paradójicamente los Acuerdos de Paz firmados el año 1996 son muy claros sobre la necesidad de promover y fortalecer desde el Estado los medios de expresión de las comunidades mayas, pero poco se ha hecho al respecto, como no sea la asignación de una frecuencia de televisión a la Academia de Lenguas Mayas, un proyecto difícil y costoso que no acaba de despegar.

Aquí también, el problema es una falta de claridad sobre lo que significa el derecho a la comunicación de los pueblos, y una confusión interesada con la *"libertad de información"*. El mismo Antonio Pasquali citado anteriormente escribió, también en 1963, hace 46 años, que la expresión *"libertad de información"* es una irónica contradicción en sí misma (contradictio in adjecto), *"ya que sólo connota la libertad del informador"*.

¿Por qué tanto temor ante el derecho a la comunicación? La expresión parece asustar más allá de su significado, más aún que el derecho a la salud o a la educación. Entre el conjunto de derechos humanos que supuestamente todos los países signatarios de este instrumento de las Naciones Unidas están obligados a respetar y promover, el derecho a la comunicación es uno de los que más controversia crea.

Me ha tocado ser testigo de la actitud de los propios colegas periodistas, gremio al que también pertenezco, quienes rechazan el *"derecho a la comunicación"* de la sociedad y prefieren el término más conservador de *"libertad de información"* o *"libertad de expresión"*. Parece que la posibilidad de que todos los ciudadanos puedan expresar libremente lo que piensan, y no solamente a través de los filtros de los periodistas y de los medios masivos, constituye una amenaza contra el poder establecido, del cual son parte los periodistas.

PROYECCIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Las universidades hablan de *"proyección"* o de *"extensión"* para referirse a la necesidad que tiene la academia de salir de su "torre de marfil" y darse de vez en cuando un baño de realidad social.

No siempre sucede, y con frecuencia la extensión no es más que un *"trabajo de campo"* para enriquecer las otras dos funciones académicas: la investigación y la enseñanza.

La proyección de la universidad no debería ser tan dependiente de sus propios intereses y estar más al servicio de la sociedad. La universidad mira con frecuencia al resto de la sociedad desde arriba, cuando en realidad se mantiene casi siempre en el margen. Le cuesta mucho a la sociedad pero su aporte concreto es relativo.

Un aporte concreto de la universidad, sería apoyar institucionalmente el derecho a la comunicación.

Con su capacidad de convocatoria tiene la posibilidad de facilitar una discusión nacional y de esclarecer el tema en lugar de evitarlo. La universidad que protege tan eficientemente su independencia frente al Estado (aunque no siempre frente a la empresa privada) debería portarse garante de la sociedad en el debate sobre el derecho a la comunicación.

LA ACCIÓN COLECTIVA

Ningún Estado o nación puede auto-denominarse democrático si no garantiza el derecho a la comunicación de sus ciudadanos, y entre ellos, de las comunidades y naciones indígenas que comparten el territorio nacional.

La democracia participativa se confunde con frecuencia con la democracia representativa, es decir, la de las elecciones, que como bien sabemos no sirven para garantizar los cambios que requiere la sociedad.

Los votos no tienen ningún valor cuando se carece capacidad de expresarse. Es evidente que el camino no está solamente en la crítica, en la denuncia y menos aún en la victimización, sino en el desarrollo de las capacidades propias de los pueblos indígenas.

No me gusta la palabra protagonismo, prefiero el término de actores-participantes para quienes buscan desarrollar su capacidad de agencia. Agencia, en el sentido que define el término Amartya Sen, es decir, la capacidad que desarrollan los individuos y los grupos para intervenir en la sociedad para transformarla en base a la acción colectiva.

Sin esa capacidad, sin participación crítica en el diálogo y sin acción colectiva, lo que tenemos es un "déficit de ciudadanía" (aludido antes por Hernán Reyes y por Rosa María Alfaro).

El diálogo no existe, no es genuino, no es verdadero, si las voces que participan en ese diálogo no tienen el mismo nivel y las mismas posibilidades de expresión. El diálogo es por esencia horizontal, y si no lo es, no es diálogo, es imposición.

El racismo en los medios y la discriminación en la vida cotidiana seguirán existiendo mientras las voces de los indígenas no tengan la misma fuerza que las voces de los empresarios privados a través de sus medios comerciales.

La única salida posible es que el derecho a la comunicación de los indígenas sea garantizado por el Estado y por la propia acción colectiva. No depende solamente del Estado, sino de las luchas de los propios indígenas por conquistar el espacio público a través del ejercicio de la democracia participativa.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

LA RESTITUCIÓN
DE LA RESPUESTA

Revista Cara y Señal, *número 1, 2005*

No sólo la radio comunitaria plantea otro mundo posible. También desde muchos otros campos se escuchan gritos: televisión pública o comunitaria, cine alternativo y educación popular, entre tantas otras expresiones culturales, defienden una forma distinta de concebir la comunicación. Hasta las paredes gritan, subvierten normas, eliminan censuras, comunican.

Las paredes no son un espacio abierto. En la mayoría de los países las leyes sancionan su uso como espacio de expresión creativo y libre. Por eso, el graffiti representó, desde su surgimiento, un acto de trasgresión. Desde los jacobinos durante la Revolución Francesa hasta los gestores de la ciudad moderna consideraron -y aún consideran- la práctica de la libre expresión en la vía pública como un acto de vandalismo.

En un orden impuesto donde cada discurso, cada forma de expresión parece estar limitada a un espacio determinado, el graffiti se instaura en el espacio de lo ajeno. Más allá del texto en sí, en ese «estar fuera de lugar» se inscribe la esencia del graffiti y eso lo constituye como acto político.

Comunicar implica diálogo, así como el diálogo es comunicación. Es éste el fundamento de una sociedad organizada sobre la libertad y el consenso. El graffiti es una forma particular de comunicación que pide respuesta, que incita a la acción, que promueve el intercambio. Es aquí donde el graffiti se parece al carnaval: ambos se oponen a la lógica del emisor y el receptor, del artista y el espectador pasivo, se instauran en el espacio público y se burlan de los ambientes del poder. El carnaval subvierte las normas sociales y hace posible vivir los sueños a través de la diversión y el humor. Es una fiesta colectiva con espíritu comunitario.

La educación implica una relación comunicacional y un tipo de intercambio. En América Latina se gestó una gran corriente de discusión que cuestionó las formas educativas dominantes otorgando un lugar central al diálogo entre pares y al respeto de las identidades.

Las prácticas concretas y el pensamiento, ambas son instancias transformadoras. Escribió Paulo Freire: *«Justamente por esto, tanto para América Latina como para el Tercer Mundo en general, cualquier dimensión educativa popular tiene que estar asociada al esfuerzo a través del cual los hombres se descubren a sí mismos como hombres, como personas prohibidas de ser, sobre todo, como clase social dominada»*.

La educación popular se opone a la estructura vertical polarizada entre emisor y receptor, propia de la educación tradicional, en la cual el portador de un saber transmite su conocimiento a alumnos que deben retener esos saberes. La base de la educación popular es la comunicación, el diálogo. El aula es un espacio de búsqueda y de encuentro en condiciones de igualdad y no de transmisión de conocimiento. Por eso la educación popular no sólo es una forma alternativa de aprendizaje, sino también una herramienta para transformar la realidad.

Especialmente en relación a los medios, la concepción de la comunicación como un proceso abierto y participativo implica una determinación que va mucho más allá del acceso a las tecnologías. Como señala Armand Mattelart, *«dar la palabra a un grupo o desposeerle de su palabra no es un asunto de tecnología. Se trata de una relación de fuerzas que opera simultáneamente en el terreno político e ideológico»*.

Como las radios comunitarias o populares, también la televisión comunitaria se propone garantizar el respeto del plu-

ralismo político, cultural, religioso y social. Es ámbito de participación, expresión, interpelación y formación democrática y reflexiva de los y las ciudadanos y ciudadanas. Frente a los contenidos, formatos y géneros uniformados, repetitivos y alienantes de la televisión comercial, la televisión comunitaria se plantea el desafío de satisfacer las exigencias de una audiencia crítica y comprometida con el medio de comunicación.

Tanto la televisión comunitaria como la pública -*que se financia con fondos estatales pero que debería tener autonomía política de los gobiernos*- hacen hincapié en la afirmación de las identidades propias de cada comunidad a través de la transmisión de contenidos locales. La televisión pública y la comunitaria deben estar en estrecha alianza con las necesidades de la comunidad y ésta debe intervenir en el proceso de fundación, desarrollo y organización del medio.

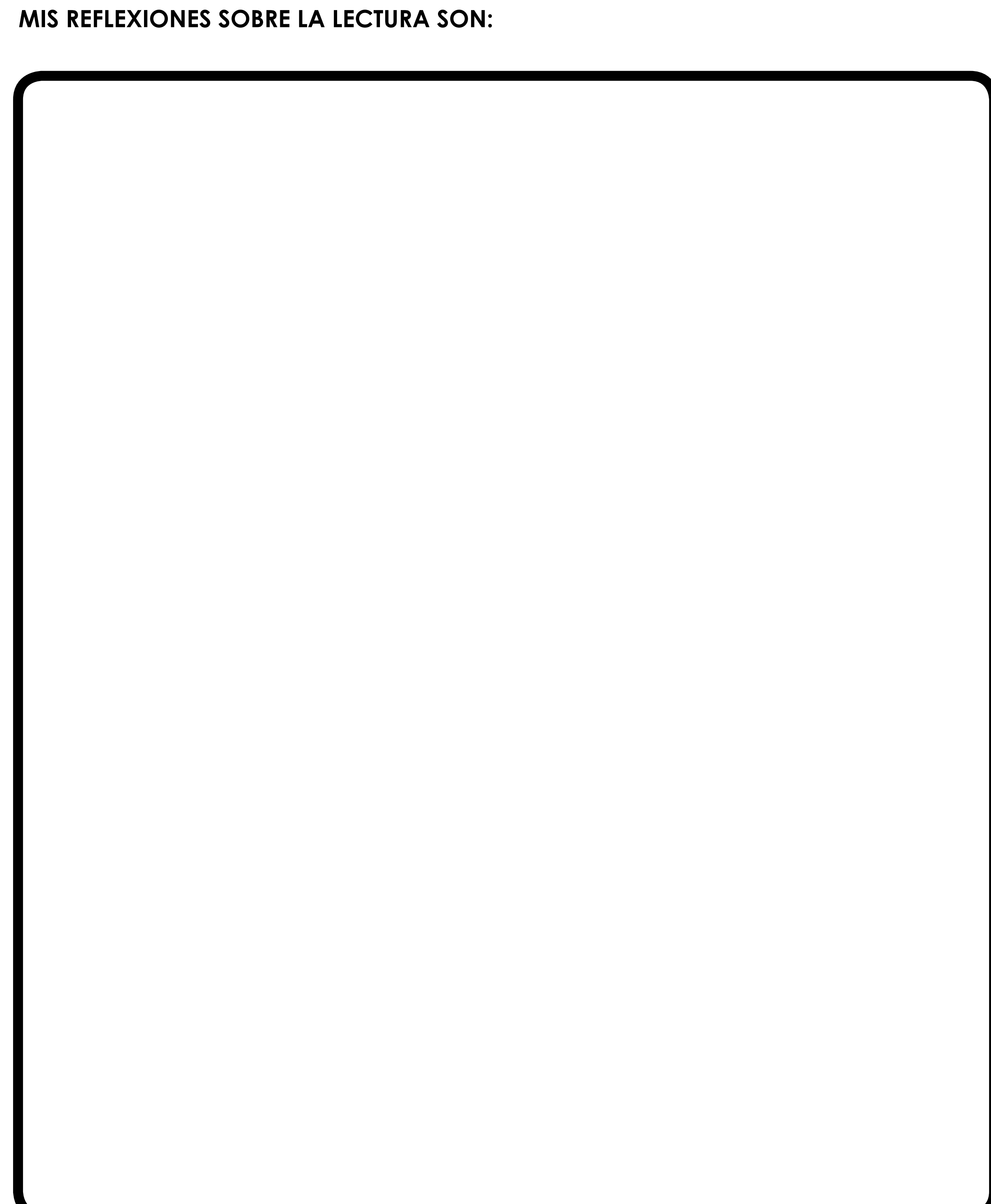
También dentro del campo audiovisual se encuentran las experiencias de cine alternativo en el que la incorporación del espectador como co-autor y partícipe del proceso de producción, distribución y difusión es una de las características básicas. Este tipo de cine rompe con la idea de espectador pasivo. Por eso los debates posteriores a las proyecciones y las reacciones del público son tan importantes como la obra en sí.

En la década del 70 el cine militante cumplió una función central dentro de los movimientos político-culturales latinoamericanos como espacio de disputa del sentido de lo real, como desenmascaramiento de la realidad. El cine militante se plantea como un arma de lucha ideológica y de contrainformación política y cultural. Con esta mirada, nunca el arte podría ser considerado autónomo. El objetivo es modificar de raíz las relaciones sociales y poner en el centro de la acción la memoria colectiva, la organización comunitaria, la lucha contra las imposiciones del mercado, la censura.

Según Jean Baudrillard, *«el poder es de aquel que puede dar y a quien no puede ser devuelto. Dar y hacer de manera que no se nos pueda devolver, es una manera de desequilibrar el proceso social. Devolver, al contrario, significa romper esa relación de poder. En la esfera de los media se habla y hace de tal manera que nada, desde ningún lugar, pueda ser devuelto, de ahí que la única revolución en este terreno esté en la restitución de esta posibilidad de respuesta».*

Estas formas comunitarias, públicas, alternativas, populares de comunicación luchan por esa restitución de la posibilidad de respuesta, por construir una comunicación basada en el diálogo, que rompa con el esquema de emisor activo – receptor pasivo. Una comunicación que evidencie que es posible construir un mundo sobre las bases del respeto, la libertad y la democracia

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:



EXPERIENCIAS DIVERSAS,
OBJETIVOS COMUNES

Revista Cara y Señal, número 1, 2005

Con más de cincuenta años de historia, las radios comunitarias latinoamericanas transitan un recorrido común marcado tanto por la historia de América Latina como por la voluntad de construir un futuro de verdaderas democracias para la región.

Más allá de la diversidad de experiencias y contextos, las radios comunitarias transitan un camino común, una trayectoria marcada por luchas y reivindicaciones compartidas. Diversas en sus estrategias y en sus definiciones comunicacionales, distintas en sus desarrollos organizativos, las radios comunitarias de la región han sabido encontrar puntos de encuentro y coincidencias para avanzar en la construcción de sociedades justas y democráticas para hombres y mujeres.

El proyecto político cultural está integrado por los objetivos, tanto a largo como a corto plazo, que se plantean las radios comunitarias. Objetivos que orientan las acciones de todos los días: cómo suena la radio, qué voces la integran, qué historias se cuentan, qué lengua se habla, cómo se organiza el trabajo, cómo se financia la emisora, cómo se vincula con la comunidad y con otras organziaciones. Es este proyecto político cultural el que requiere ser permanentemente discutido, actualizado, debatido, si las radios se proponen acompañar las necesidades de los pueblos, si no quieren permanecer como experiencias puramente testimoniales.

Las discusiones sobre dónde reside el carácter comunitario, popular o alternativo de un medio de comunicación están lejos de poder sintetizarse. Este debate es en sí mismo parte importante de la historia de las radios del continente latinoamericano. El modo de nombrarse, las identidades de cada proyecto y los aspectos en los que cada experiencia pone el énfasis han generado discusiones en diversos ámbitos -foros, publicaciones, charlas entre compañeros- sobre si se debe utilizar una u otra palabra para referirse a las radios y sobre qué implica el uso en cada caso de una de ellas y el descarte de las otras. ¿Qué diferencia a los proyectos que se definen comunitarios de aquellos que se definen populares? Si se realiza un análisis de textos producidos por especialistas, seguramente las diferencias son claras y definidas. Pero a la hora de dialogar con los integrantes de los proyectos seguramente ninguno de los términos constituya una definición final, porque en la vida cotidiana de las radios estas palabras tienen una vida propia.

El debate sigue y es ineludible y necesario. El debate sobre las palabras expresa la discusión permanente sobre los objetivos político culturales de los proyectos de comunicación comunitaria. Expresa una búsqueda de cada grupo de personas que gestiona un proyecto de estas características, búsqueda que no puede sustituirse con ningún cuerpo de definiciones elaboradas previamente sino que surge de la historia y de las relaciones sociales en las que cada proyecto comunicacional decide intervenir.

Las radios comunitarias y populares en América Latina son desde sus orígenes proyectos que se proponen intervenir en una realidad marcada por las desigualdades. Desigualdades de clase, de género, étnicas, educativas, sociales, políticas, culturales. Desigualdades en el acceso a la información y a la palabra. Desigualdades en la posibilidad de contar la propia historia con la propia voz. Las radios comunitarias son parte de un amplio movimiento social que promueve la transformación de estas relaciones y la construcción de una sociedad democrática y justa, en clara oposición tanto al modelo neoliberal como a cualquier tipo de autoritarismo político.

En palabras de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER): *«hace algunos años, lo ‹popular› era un concepto restringido en el que sólo se incluían los obreros, los campesinos y los sectores marginados. Hoy se asume una definición más amplia y englobante en la que caben sectores excluidos o marginados por diversas razones de los derechos y beneficios económicos, sociales y políticos de una sociedad: a quienes por su género, etnia, ubicación en el sistema productivo, localización geográfica, participación en la distribución de la riqueza, etc., padecen la discriminación y la desigualdad».*

La diversidad hacia el interior del conjunto de las emisoras comunitarias está dada por el campo en el que se inserta cada radio. Algunas privilegian las estrategias educativas, otras trabajan fundamentalmente sobre la información. Algunas están vinculadas con comunidades que sufren la desigualdad económica y viven en la pobreza. Otras ponen el acento en las desigualdades en las relaciones de género y trabajan para que las mujeres tengan condiciones de vida equitativas a las de los hombres. En todos los casos el objetivo final de los proyectos comunicacionales es la alteración de condiciones sociales injustas ya sea en el ámbito de lo económico, lo político o lo cultural.
El acceso a la información y al entretenimiento, la posibilidad del acceso a la recepción y a la producción de mensajes son derechos humanos que no siempre son posibles para todos. Las radios comunitarias dan una batalla permanente por su cumplimiento concientes de la importancia de las relaciones comunicacionales en la construcción de sociedades democráticas.

Como todas las dimensiones de la sociedad, la esfera comunicacional es también un campo de batallas, de disputas de sentidos, de luchas. Las radios comunitarias disputan el sentido mismo de la comunicación al asociarla con las relaciones dialógicas y no con el intercambio de información, al concebirla como un bien social y no como una mercancía.

Uno de los ejes centrales de la misión de las radios comunitarias es la puesta en práctica del concepto político de la democracia y la ciudadanía en el campo de la comunicación. Es decir tanto de democratizar el sistema de medios como de democratizar las relaciones comunicacionales que establecen los medios con sus audiencias y sus comunidades.

Por un lado las radios comunitarias son un espacio en el que se materializa el derecho a la expresión y a la comunicación de ciudadanos y ciudadanas. Los medios comunitarios pueden constituirse en el espacio del intercambio entre los sujetos, en el espacio en el que se rompa el monopolio de la palabra.

Al mismo tiempo, como lo señala el Manual de Gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana, este tipo de emisoras en su calidad de organizaciones de la sociedad civil son «un ámbito para el ejercicio de la ciudadanía en tanto forma de organización ciudadana autogestionaria y autónoma, expresión de intereses colectivos político-culturales en el marco de un proyecto comunicacional, en el cual un grupo de personas hace uso de sus derechos a la comunicación y la expresión». De esta manera, las radios comunitarias promueven, a partir de estrategias comunicacionales, la consolidación de sujetos políticos. Lo comunitario, lo popular, lo alternativo, lo ciudadano se juega en los objetivos que se plantea el medio radiofónico en su quehacer comunicacional cotidiano, en sus prácticas concretas, en sus consecuencias. Sin dejar de tener en cuenta, que la participación en los medios de comunicación no anula las desigualdades sociales, y que es imprescindible confluir con otras acciones colectivas con el objetivo de construir una sociedad democrática.

Las radios comunitarias se proponen construir democracia. Una sociedad económicamente equitativa, socialmente solidaria, políticamente plural, culturalmente diversa. Y se proponen hacerlo a partir de identidades propias, las identidades políticas, sociales y culturales de sus comunidades -sean éstas territoriales, culturales, sexuales. Porque la comunicación es un derecho humano. Porque no hay democracia política sin comunicación. Porque todos los pueblos están marcados por desigualdades que es necesario revertir e imposible no atacar. Porque la historia de los pueblos latinoamericanos será contada una y otra vez. Siempre que haya un micrófono, una antena y un grupo de mujeres y de hombres dispuestos a hacer de la comunicación el espacio de las preguntas que buscan una respuesta y de las acciones inteligentes que cambien las maneras en la que se vive todos los días en cada uno de los lugares de América Latina

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

OBJETIVO DE LAS RADIOS COMUNITARIAS:
SER ESCUCHADAS Y ESCUCHAR PARA TRANSFORMAR

Revolucionemos Oaxaca

¿Qué es una radio comunitaria? "Es la que pertenece a la comunidad y que va a ayudar a transformarla, ya sea un pueblo o una zona urbana", dijo Víctor Daniel Moreno Rojas integrante de la radio comunitaria La Voz de las Nubes de Santa Cruz Mixtepec, la cual forma parte de las nueve radios mixtecas de la Red Caracol.

El auge de las radios comunitarias que se vive actualmente, inició en 1994 con el surgimiento de la radio del EZLN, "en 1994 se pone en la mesa de negociación los derechos de los pueblos indígenas, que dicen que los pueblos pueden crear y operar sus propios medios de información", expuso Freddy Landa, Coordinador del área de comunicación indígena del Centro de Apoyo Comunitario Trabajando Unidos (CACTUS) y coordinador del proyecto Red Caracol.

El nacimiento de la radio zapatista, abrió el camino para que otras radios surgieran en Oaxaca, como la Radio Huave y la Ayuuk en el Istmo de Tehuantepec, cuya principal función es informar sobre los megaproyectos del Plan Puebla Panamá (actualmente Proyecto Mesoamérica).

Con el paso del tiempo, nuevas radios surgieron en Oaxaca.

A inicios del 2005, comenzó el proyecto Red Caracol, perteneciente a la organización CACTUS, pues querían difundir más sus proyectos educativos agrícolas y de Derechos Humanos, pero también porque consideraban que *"en los periódicos, la televisión y la radio que llegaban a las comunidades, no cabían los indígenas ni los pobres, porque manejaban términos y programas que no entendía la gente".*

Bajo este principio se inauguró la radio comunitaria, La Voz de las Nubes en Santa Cruz Mixtepec.

Los principales temas que aborda la radio son la defensa del maíz, del agua y de la tierra, pero también mensajes, denuncias y saludos de la población.

"Lo más importante es que la comunidad te apoye", expuso Víctor Daniel Moreno, y agregó que así ha pasado en Santa Cruz Mixtepec, pues el pueblo ha aportado sillas, micrófonos y las instalaciones para la radio.

Con ello, La Voz de las Nubes, puede transmitir, en español y mixteco, a cerca de 8 mil personas de 60 comunidades de la mixteca, donde llega su cobertura radial.

"Con la radio sabemos que es lo que necesita la gente y cómo podemos ayudarla", mencionó Juana Santiago, locutora de La Voz de las Nubes y Víctor Daniel agregó, *"me gusta el entusiasmo de la gente y ver cómo la radio está incidiendo en ella".*

Otro punto importante para el buen funcionamiento de La Voz de las Nubes, es que las y los pobladores, incluyendo a las autoridades, están orgullosos de tener su propio medio de comunicación, *"a pesar que llegan otras radios, la gente ha empezado a escucharnos a nosotros"*, declaró Juana Santiago.

Aunque La Voz de las Nubes no tiene permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Víctor Daniel opinó que no es necesario porque *"no hay mayor permiso que el que la comunidad te pueda dar".*

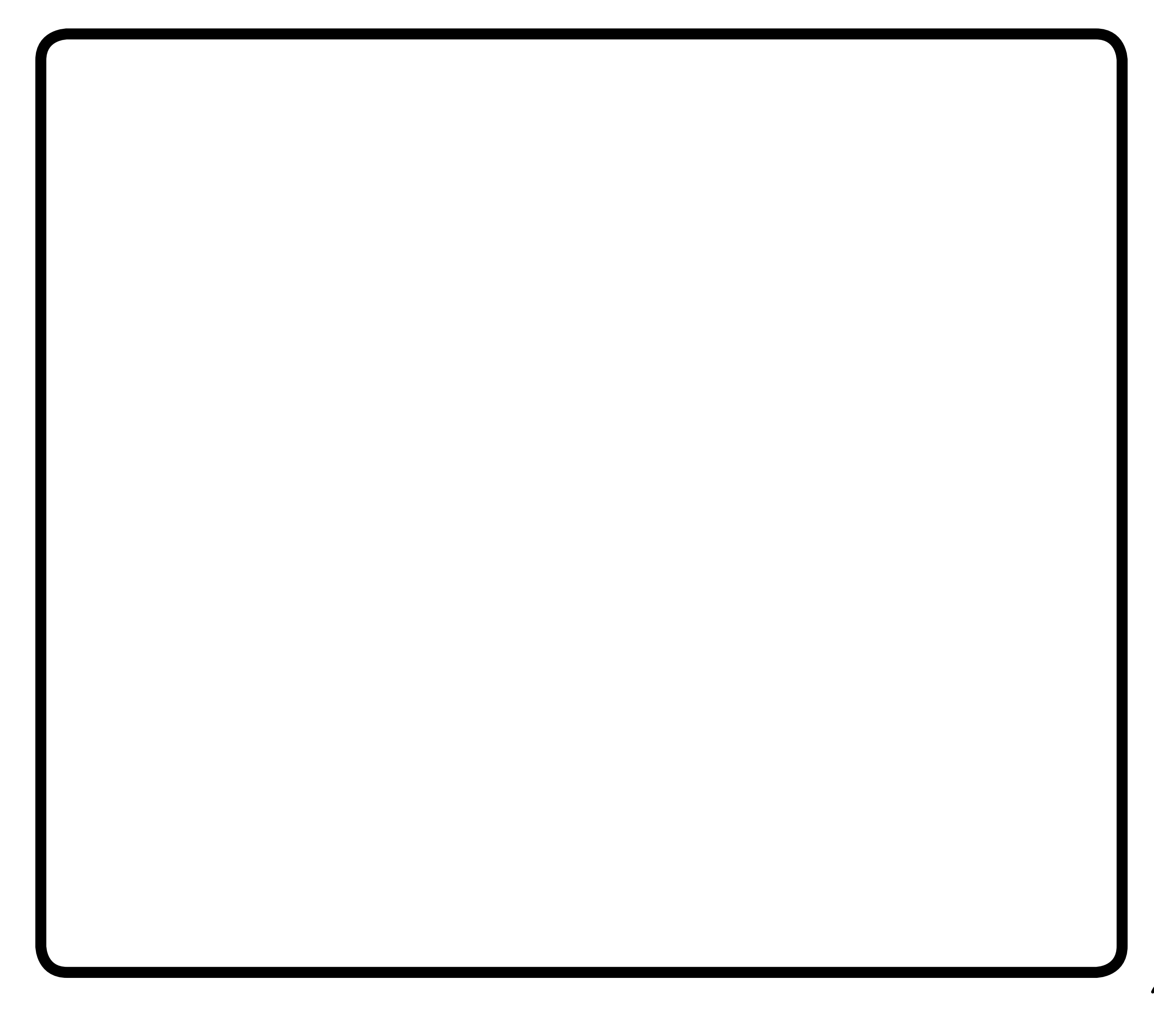
Además, indicó que otro de los preceptos de la radio es no excluir a nadie, pues



aunque forman parte de una organización social, *"lo importante es involucrar a la gente, sin importar su posición política o religiosa"*.

Pero, el principal objetivo de La voz de las Nubes, como radio comunitaria, es escuchar, *"porque si no, no serviría de nada"*, enfatizó Víctor Daniel, quizá por ello, aseguró que las radios de la Red Caracol han tocado el corazón de la gente.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:



LA LOCURA
EN SU PROPIA PANTALLA

Catia TV. Venezuela
Revista Cara y Señal, número 2, 2005

Con o sin cámara, micrófono o grabador de por medio, siempre con la misma pasión y la misma mística, los integrantes de Catia TV relatan, a quien quiera escucharla, la historia de su proyecto. La reviven con una mezcla de ternura, ilusión y ese orgullo que provoca fijarse metas, alcanzarlas con esfuerzo y buscar, cada vez, nuevos horizontes. No cabe duda que quienes hacen Catia, quienes la viven, la militan, quienes llegaron a construir esta televisora totalmente gestionada y protagonista por la comunidad, son los mejores para contar esta historia. Una historia que, como dicen *"tiene que ver con el sentido de la necesidad misma de la comunidad de expresar y construir su propio imaginario"*. Una historia que dice así:

«Catia está ubicada en un barrio de damnificados por las inundaciones, un barrio humilde del oeste de Caracas. El nombre del barrio mismo es simbólico: se llama el ‹Manicomio›» porque está construido sobre el cementerio del hospital psiquiátrico. Y claro, la locura ha sido transversal a este proyecto todo el tiempo. La gente del barrio ha sido muy combativa desde sus orígenes. En 1989, durante el Caracazo en Venezuela se apropiaron de una sucursal de un banco y lo convirtieron en una casa de la cultura». Así empezó el relato Gabriela Fuentes, que estuvo en los inicios de Catia TV, sabiendo que para pintar este proyecto de cuerpo y alma hay que saber sobre su gente, su ambiente, sus necesidades. La casa de la cultura se transformó en un cineclub donde, con un proyector de 16 mm., pasaban películas de los '60 vinculadas al cine militante y se consolidó como un espacio de encuentro. Por eso, cuando ya todos habían aprendido de memoria las películas que conseguían supieron que el cineclub tenía que seguir funcionando. Con video proyectores prestados, las películas ahora se transmitían en VHS. *«La globali-zación con sus contradicciones permitía que la gente pobre pudiera acceder a las nuevas tecnologías»*, dice Gabriela. Con pequeñas cámaras de video empezaron a registrar lo que sucedía en el barrio. No había pasado mucho tiempo cuando todos comenzaron a pedir ver las películas, y no les importaba lo que decían los muchachos y las muchachas: que no estaban editadas, que ellos no sabían de cine y había que dárselas a alguien que sepa. Y aunque todavía faltan algunos pasos hasta la formación del centro de producción, es evidente que esta parte de la historia es una de la que más les gusta contar a sus protagonistas.

«Era el día que jugaban Caracas y Magallanes, los dos equipos de béisbol más importantes y la ciudad se paralizaba para ver la transmisión en vivo. Mientras tanto, en el cineclub decidieron poner un pedacito de las grabaciones que habían hecho con los chicos del barrio de un juego de pelotita, que es como béisbol casero. Cuando empezó la proyección, los vecinos no sólo no dejaron que la corten sino que empezaron a llamar a los demás para que vinieran a verla. Llegó tanta gente que tuvieron que pasar la película durante toda la noche. La televisación del partido de béisbol, se quedó sin espectadores».

Nunca el poder de la imagen estuvo tan claro. Era la imagen de la misma comunidad que tenía la necesidad de participar, identificarse y compartir. Entusiasmados, empezaron a fantasear con montar una televisora en lugar de sólo tener un proyector. Una radio abierta en el centro de damnificados por las inundaciones abrió la posibilidad de conseguir los equipos.

«Había problemas de integración, de violencia y el Estado, que daba fondos para los damnificados, vio que las cosas se calmaban si estaba la radio abierta. Decían ‹no sabemos qué están haciendo, pero si esto calma a las fieras, hagamos lo que sea›. En lugar de un proyec-

to para una radio, presentamos el de la televisora. Increíblemente, nos dieron el transmisor. Entonces surge la pregunta ¿ahora qué hacemos?» Hicieron Catia TV, un Equipo Comunitario de Producción Audiovisual Independiente.

Cuando estuvieron listos, hasta el presidente venezolano confirmó que asistiría a la inauguración. *«Ahí apareció CONATEL, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones y nos dijo ‹¡qué comunicadora comunitaria! Eso no existe›. Tres o cuatro meses discutimos con CONATEL, no podíamos legalizarlo porque no entrábamos en los parámetros legales. Así que logramos una segunda reunión con Chávez donde él convocó a CONATEL y les dijo ‹yo no sé cómo van a hacer ustedes, pero nosotros queremos que los venezolanos tengan acceso a los medios de comunicación›. Y así fue, la primera transmisión contó con discurso presidencial y todo».*

Más allá de la anécdota que permitió inaugurar Catia TV, el grupo decidió luchar por la legalidad de las televisoras comunitarias con un discurso tan lógico que es indiscutible. *«Si en la Constitución dice que todos los ciudadanos tenemos derecho a la educación, el Estado tiene que garantizar escuelas; si dice que todos tenemos derecho a la salud, el Estado debe garantizar los hospitales públicos. También dice que todos tenemos derecho a expresarnos, entonces que el Estado garantice los medios».* Catia había empezado sus transmisiones con un permiso provisorio porque no existía reglamento al cual adecuarse con la figura de televisión comunitaria. Así comenzó el debate por una reglamentación que contemplara esta figura y las iniciativas de la sociedad civil.

«Las radios y televisoras alternativas, comunitarias, nos sentamos a discutir con el Estado. Estaba la CONATEL con abogados muy elegantes, muy señores, acostumbrados a tratar con canales privados. Pero ahí tenían que sentarse con todos los negros que habíamos conseguido los transmisores haciendo rifas en la calle, que queríamos hacer el programa con doña Rosa contando cómo se hacen los buñuelos. ¡Los pobres burócratas obligados a negociar con la asamblea del barrio!». Gabriela se reía. Y más lo disfruta cuando explica el reglamento que consiguieron referido a los medios comunitarios.
«Mientras todo se privatiza y se globaliza nosotros conseguimos una legislación que dice que los medios comunitarios tenemos derecho a existir y no pagar frecuencia.

El 80% de la programación tiene que estar hecha por gente de la comunidad, los medios tienen la responsabilidad de generar espacios de capacitación, la publicidad debe apuntar a incentivar la economía local, son organizaciones sin fines de lucro, no se puede hacer proselitismo político ni religioso. Es un logro muy interesante. Yo creo que el Estado no tenía idea de lo que estaba aprobando…».

Catia se consolidó como un colectivo de trabajo donde las mujeres tienen un rol fundamental. Muchas llegan con sus hijos a cuestas, alguna con la protesta de su marido por dejar la casa para entrar al estudio de grabación. Ellas cargan la cámara, sorprenden y se sorprenden, se sienten libres y, como cambiaron su realidad, igual quieren cambiar el mundo. Entre toda la comunidad de este *«manicomio»* día a día hacen crecer este equipo de producción audiovisual que tiene como piedra fundacional la historia de un pueblo acostumbrado a luchar por sus derechos

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

GUATEMALA: MAYAS, XINCAS Y GARÍFUNAS, EXCLUÍDOS DEL ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Amalia Jiménez Galán

En 2007 se cumplen diez años de la firma de los Acuerdos de Paz en Guatemala sin que el proceso de paz se haya traducido en oportunidades más equitativas de acceso a los medios de comunicación para los pueblos mayas, xinca y garifuna, quienes históricamente han sido marginados y excluidos del poder de la toma de decisiones para la elaboración y puesta en práctica de políticas públicas.

A lo largo de tres legislaturas poco parecen haber importado las disposiciones del Acuerdo de Paz sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas (donde se prevé la necesidad de reformar la legislación para garantizar oportunidades de acceso a los medios para pueblos indígenas) o las recomendaciones de la Relatoría de Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), que sugieren una reforma legislativa para poner límite a los monopolios en la propiedad de los medios radioeléctricos (radio y televisión) y regular el funcionamiento de los medios de comunicación comunitaria.

Una de las conclusiones más preocupantes del Informe sobre Esclarecimiento Histórico gira en torno a la instalación en el país de una "cultura del miedo", como consecuencia de un conflicto armado que duró 36 años y se saldó con las terribles masacres de aldeas y comunidades enteras que llevó a cabo el ejército. Este "factor coyuntural" se sumó a los cientos de años de marginación a los que han sido sometidos los pueblos originarios de estas tierras, de modo que había quedado incrustado un temor a hablar, una desconfianza en los procesos de diálogo social y un miedo azuzado por los recuerdos que asaltan a las miles de víctimas que salieron con vida de la política de tierra arrasada.

LA RUPTURA DE LA CULTURA DEL MIEDO

No obstante, durante los peores años del conflicto, había voces que se oían a través de la radio. Voces de los mismos marginados que, desafiando el terror, tomaban el micrófono y defendían su derecho a hablar y a informar a quienes vivían fuera de la capital. Algunas de estas voces fueron segadas con la muerte, como sucedió con los mártires que pesan en la memoria de la Federación Guatemalteca de Escuelas Radiofónicas (FGER), una asociación que articula a ocho radios comunitarias surgidas hace algo más de cuarenta años y quienes todavía lideran procesos de desarrollo de ámbito nacional.

Con la firma de la paz y el restablecimiento de las garantías mínimas para la protección de los Derechos Humanos, se produjo en las comunidades el surgimiento de nuevas experiencias radiofónicas con el afán de realizar comunicación comunitaria desde la propia cosmovisión de los pueblos originarios y utilizando alguno de los veintitrés idiomas que se hablan en Guatemala. Algunos de estos idiomas, como el xinca, en el Sur, o el itz'a, en la comunidad de San José, a la orilla del Lago Petén-Itz'a, en las selvas del Norte, están a punto de desaparecer, pues sólo existen unas decenas de hablantes. En ninguno de los dos casos se dispone de una emisora que sirva a los fines de información y educación en estos idiomas.

En general, las radios comunitarias de Guatemala son emisoras desarrolladas por asociaciones u organizaciones indígenas o campesinas, con personal de baja o media escolaridad, que han aprendido a hacer radio sobre la práctica, se dedican a ello de forma voluntaria o a cambio de mínimas remuneraciones pero que, sobre todo, son conscientes del papel fundamental que desempeña una emisora para la reproducción idiomática y cultural, así como para el apoyo a los procesos de desarrollo que se impulsan desde las comunidades. Si tenemos en cuenta que se trata de culturas fundamentalmente de tradición oral, la radio se convierte todavía más en un elemento básico para el empoderamiento e inclusión de los pueblos indígenas.

Estas experiencias han surgido amparadas por el Acuerdo de Paz sobre Identidad y Derechos de los Pueblos Indígenas y son una expresión clara de la necesidad que tienen los pueblos mayas, xinca y garifuna de ejercer su legítimo derecho a la comunicación en un país multicultural y plurilingüe.

TRES LEGISLATURAS Y NINGUNA LEY APROBADA

En 1998, dos años después de la firma de la paz, ya había organizaciones como FGER, que habían empezado a establecer contactos con diputados de la Comisión de Comunidades Indígenas, la Comisión de Derechos Humanos y la Comisión de Comunicaciones, con el objetivo de elaborar un primer borrador de articulado, que finalmente nunca fue tomado en cuenta durante la primera legislatura del proceso de paz (gobierno del PAN).

En la segunda legislatura del proceso de paz (gobierno del FRG), otras organizaciones como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), Mujb'abl Yol (Encuentro de Expresiones), la Asociación Coordinadora de Emisoras Comunitarias del Sur Occidente de Guatemala (ACECSOGUA) o el Consejo Guatemalteco de Comunicación Comunitaria (CGCC), entre otras, retomaron este esfuerzo con el apoyo de diferentes organizaciones nacionales e internacionales, además de organismos multilaterales como la Misión de Naciones Unidas para Guatemala (MINUGUA).

Después de decenas de sesiones de trabajo en el seno del tercer sector, y entre éste y las distintas instituciones de la paz y del Estado, además de las Comisiones del Congreso arriba mencionadas, este gobierno desconoció todos los acuerdos que se estaban alcanzando en las sesiones con las Comisiones del Congreso y terminó resolviendo en solitario con la emisión de un acuerdo gubernativo que nunca fue consultado y que otorgó algunas frecuencias en AM a organizaciones de radio eminentemente cristianas evangélicas. Este acuerdo gubernativo nunca incluyó la necesidad expresa en los Acuerdos de Paz de otorgar frecuencias para pueblos mayas, xincas y garifunas.

En la tercera legislatura del proceso de paz (actual gobierno de la GANA), y siempre por iniciativa de las organizaciones de medios comunitarios que continuaron manifestando su intención de ser regulados (AMARC, entre otras), se volvió a establecer contacto con diferentes autoridades del poder legislativo y ejecutivo para retomar el abortado proceso de reforma legislativa. Durante la visita de Eduardo Bertoni, anterior relator de Libertad de Expresión de la CIDH, a Guatemala hace dos años, el Estado guatemalteco se comprometió ante las organizaciones del tercer sector a constituir una Mesa Nacional de Diálogo donde los tres sectores -público, privado y tercer sector- se sentaran a dialogar y entablar consensos alrededor de una iniciativa de ley.

A punto de finalizar la legislatura del partido GANA en el gobierno, el saldo al que nos enfrentamos es: por un lado, una Mesa Nacional de Diálogo donde sólo las organizaciones del tercer sector han cum-

plido con su responsabilidad, puesto que desde hace un año no participan en las sesiones ni las autoridades del Estado (sector público) ni los representantes de la Cámara de Radiodifusión de Guatemala (sector privado). Por otro lado, el gobierno publicó el pasado 12 de febrero un acuerdo gubernativo que refrenda un documento de políticas públicas que ratifica la persecución penal de las radios y prevé otra serie de medidas para regular la radiodifusión comunitaria, sin que en ningún momento se haya cumplido con los principios democráticos de consulta y participación. Con esta acción, el poder ejecutivo ha desconocido por completo su compromiso asumido ante la Mesa Nacional de Diálogo y la Relatoría de Libertad de Expresión.

LA MESA NACIONAL DE DIÁLOGO

A partir de una serie de sesiones realizadas en Washington, en las que participaron representantes de radios comunitarias, autoridades del Estado de Guatemala y el Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación de AMARC-ALC, surgió la iniciativa de promover la convocatoria de una Mesa Nacional de Diálogo para que el sector privado, el sector público y el tercer sector tuvieran oportunidad de concertar sus diferentes puntos de vista en torno a una misma propuesta de ley.

Coincidiendo con la visita a Guatemala de Eduardo Bertoni la Mesa Nacional de Diálogo quedó constituida en junio de 2005 con el objetivo de *"Analizar y elaborar propuestas que den pleno cumplimiento a las recomendaciones de la Relatoría de Libertad de Expresión de la CIDH, los Acuerdos de Paz y la Constitución de la República, respecto a la necesidad de reformar el marco regulador del espectro radioeléctrico de manera que incorpore criterios democráticos que aseguren una igualdad de oportunidades de acceso para todos los sectores y un uso no discriminatorio de las frecuencias radioeléctricas, entendidas como un soporte para la libre expresión de todos los guatemaltecos y guatemaltecas".*

Después de la segunda sesión, pasaron casi seis meses hasta que la Mesa fue nuevamente convocada. Cuando el proceso de diálogo se reinició en 2006, el escenario había sido modificado por las consecuencias de la política de persecución penal que había iniciado el Ministerio Público contra las radios que transmitían sin autorización. En las primeras sesiones, y a pesar de que la Mesa estuvo a punto de disolverse por la incoherencia del Estado, que no respetaba el proceso de concertación social e iniciaba una persecución penal para decomisar y cerrar radios, las organizaciones integrantes de la Mesa decidieron finalmente continuar con el proceso de diálogo y apostaron por el diseñando una metodología de trabajo que llevó a establecer procedimientos de trabajo y una frecuencia mensual de reuniones.

Hasta julio de 2006 se contó todavía con la presencia del abogado de la Cámara de Radiodifusión de Guatemala, quien acudía a las sesiones en calidad de observador, y con representantes de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SIT). De ahí en adelante, y hasta el momento, no se ha vuelto a contar ni con representantes del sector privado ni del sector público.

A pesar de los obstáculos que suponen la falta de participación de los otros sectores y el arrecio de la política de persecución penal, la Mesa Nacional de Diálogo ha continuado realizando su trabajo en cumplimiento del objetivo inicialmente trazado y este año se culminó la elaboración de una iniciativa de ley que contiene una propuesta para la regulación del tercer sector de la comunicación.

LAS RADIOS SIGUEN, A LA VEZ QUE ESPERAN

En este contexto de vacío legal, los campesinos, pequeños comerciantes y promotores de Derechos Humanos de Malacatán, cerca de la frontera con México, siguen celebrando conciertos y colectas de beneficiencia al mismo tiempo que elaboran sus programas radiofónicos sobre Derechos Humanos, equidad de género, medio ambiente y muchos otros temas de actualidad para el área de cobertura de la radio Estéreo Villanueva.

En otro lugar, dentro de territorio kakchikel, la radio K'astaginel (El despertar de la conciencia en maya kakchikel) del Centro Educativo Bilingüe e Intercultural de Santa Cruz Balamnyá ofrece sus micrófonos a los niños, niñas y jóvenes de esta comunidad. Esta emisora de carácter fundamentalmente educativo y cultural es sostenida gracias al esfuerzo de una familia de maestros que sostienen la radio a través del centro educativo, pues la falta de regulación adecuada dificulta todos los aspectos legales de la sostenibilidad económica de una emisora de estas características.

Al norte del país, en el área Ixil, algunas de las organizaciones más activas en el movimiento indígena, como la organización Kumool, han decidido emprender el desafío que supone, en estos tiempos de vacío legal, levantar tres radios comunitarias en algunos de los lugares más inaccesibles y aislados de Mesoamérica. En zonas a las que sólo se puede acceder a pie, una radio comunitaria no es solamente un medio de información sino que se convierte en una herramienta esencial para la supervivencia. La función de información y alerta social que desempeñó la radio Estéreo Villanueva durante el huracán Stan que asoló comunidades del suroccidente del país demuestra que la ciudadanía también puede aportar en momentos de crisis para lograr la supervivencia colectiva. Las comunidades articuladas en torno a Kumool necesitan igualmente disponer de medios comunitarios que les permitan su reproducción física y cultural.

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

LA VOZ
DE LOS SIN VOZ

Revista Cara y Señal, *número 4, 2005*

Una canción y después el sello de la radio que se repite en cuatro o cinco idiomas: *"Usted escucha Radio Insurgente: la voz del ejército zapatista de liberación nacional"*. *"Bienvenidos a esta primera emisión intergaláctica de Radio Insurgente desde las montañas del sureste mexicano"*. Y arranca.

Transmitir desde las montañas del sureste mexicano no es sencillo. Desde que se produjo el alzamiento zapatista el 1 de enero de 1994, la zona se encuentra bloqueada e incomunicada. Saber desde dónde, a qué hora y en qué frecuencia del dial transmite Radio Insurgente a veces no es fácil, pero siempre buscan la forma de comunicarse. Es por esta necesidad de cambiar de frecuencia por las interferencias que realiza el estado mexicano que se ganó el nombre «la movediza del dial». El estado de Chiapas, desde donde transmiten, es uno de los lugares más pobres de México y el derecho a la comunicación no es el único vulnerado. 40% de la población infantil rural sufre desnutrición en segundo o tercer grado. Nunca se ha contado con los servicios básicos de salud y hay altos índices de mortandad por enfermedades como diarrea, tuberculosis, anemia, etc. En las zonas indígenas de Chiapas se registran cuatro médicos por cada 100.000 habitantes. En muchas zonas no hay electricidad ni otro medio de comunicación además de la radio y un tercio de los hombres y la mitad de las mujeres son analfabetos. En ese contexto, Radio Insurgente cobra un sentido extra: es una ventana al mundo para una población aislada.

La historia de Radio Insurgente está cubierta por un manto de intrigas, misterios y sorpresas. Intrigas y misterios que no se desprenden de su proyecto político comunicacional sino de las circunstancias en las que la emisora transmite.

El proyecto está claro: Radio Insurgente es la voz del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN). Es *«la voz de los sin voz»*. Es la radio a través de la cual los zapatistas comunican y se comunican, es uno de los tantos modos que encontraron de cambiar el mundo.

Por sus condiciones de emisión y por el grupo que lleva el proyecto adelante, Radio Insurgente comparte muchas características con otras radios guerrilleras o insurgentes como Radio Venceremos, Radio Rebelde o Radio Farabundo Martí. Sin embrago, el EZLN no es un ejército insurreccional como otros conocidos en el continente y tampoco Radio Insurgente es como otras radios guerrilleras. Es por eso que sorprenden las músicas y saludos en inglés, francés o japonés que acompañan las transmisiones en lenguas originarias.
El zapatismo ha nacido junto con la revolución que produjo Internet en la vida de los medios de comunicación y en los movimientos sociales y el EZLN ha sabido hacer de la comunicación un arma. Ha salido de la selva Lacandona para conseguir la solidaridad internacional y avanzar en una construcción autónoma en la región.

Un manual de comunicación alternativa o comunitaria diría que una radio insurgente o guerrillera es la herramienta del grupo guerrillero que la lleva adelante. Este tipo de emisoras suelen ser experiencias que priorizan el apoyo y difusión de las actividades del movimiento guerrillero. Una excepción es Radio Venceremos, en El Salvador, que se extendió en el tiempo y marcó un hito para la radiodifusión comunitaria del continente al conseguir una importante cantidad de audiencia y disputar con los grandes medios la construcción de la agenda de noticias del país.

A través del Frente Zapatista de Liberación Nacional, el EZLN ha fortalecido el movimiento sociopolítico, por ejemplo, a través de la construcción de las Juntas de Buen Gobierno, formadas por representantes de Municipios autónomos, que coordinan políticas de educación, salud, producción comunitaria. Por eso la radio se convierte también en la voz de planes de educación y de salud, la única voz alternativa que puede escucharse en el sureste mexicano.

Por sobre todas las cosas Radio Insurgente es una radio con mucha música, con diferentes lenguas y donde está permitido el humor y la experimentación sonora. La programación abarca programas de salud y educación autónoma, derechos y trabajo colectivo de las mujeres, cuentos, radioteatros, campañas contra el alcoholismo, lectura de los comunicados del EZLN, noticias y producciones especiales sobre historia. Y el momento más esperado frente al parlante de la radio es la lectura de los mensajes políticos o sociales.

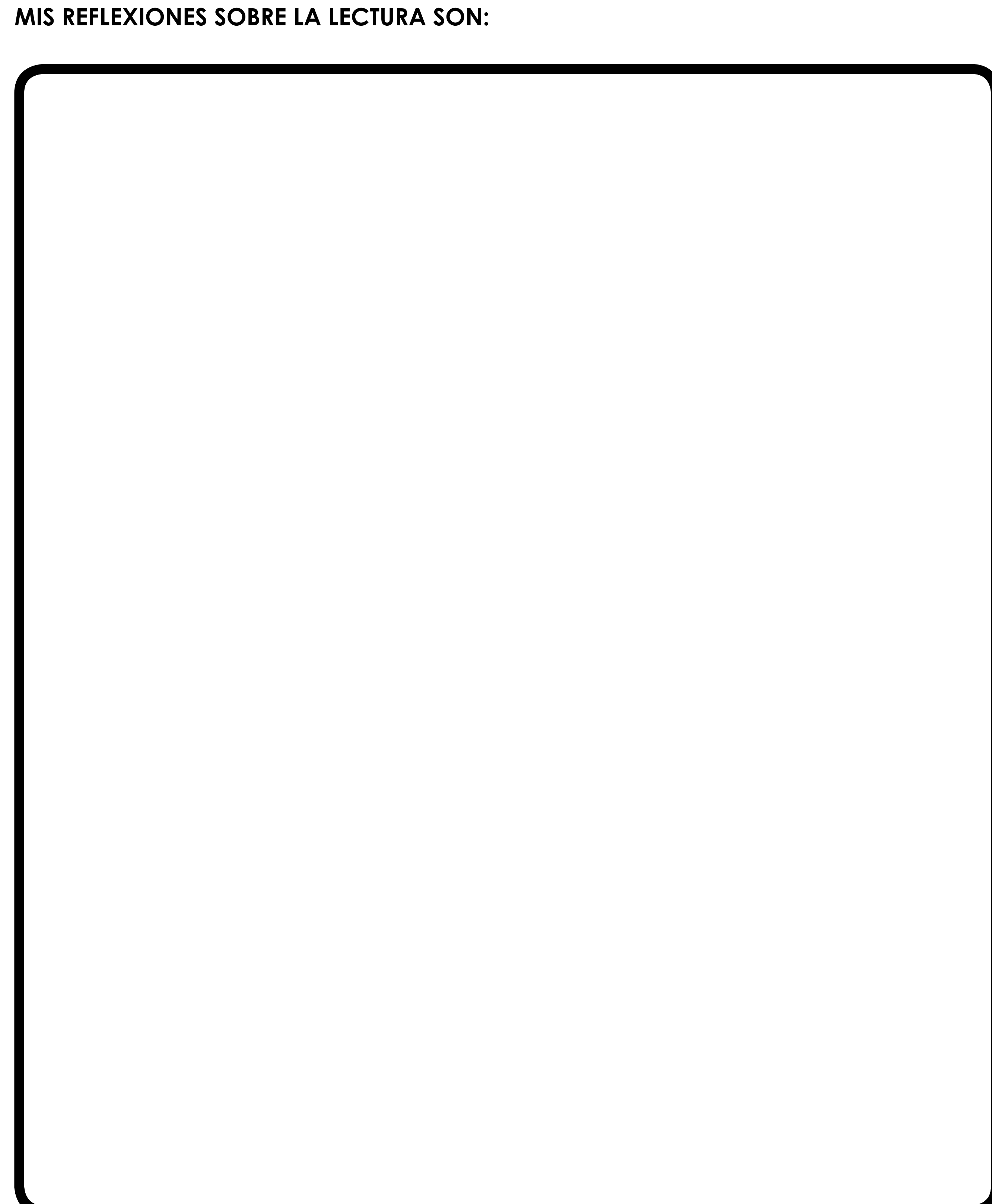
Radio Insurgente es una realidad desde febrero de 2002 y es más que una radio. Son emisoras de FM, es un portal de Internet, es una productora de contenidos sonoros y un programa semanal emitido por onda corta. A través de 5 emisoras de Frecuencia Modulada transmite para las diferentes zonas geográficas que abarca el EZLN. Estas radios son las únicas que rescatan lenguas originarias, como tzotzil, chol, tzeltal y tojolabal, y transmiten mucha música y noticias de los poblados.

Para dar a conocer su palabra a todo México y los 5 continentes, Radio Insurgente emite por onda corta semanalmente, todos los viernes a las 15:00 horas (hora del centro de México GMT-6) en la frecuencia 6.0 MHz en la banda de 49 metros. Además, ha desarrollado un estudio de grabación digital donde realiza las Producciones Radio Insurgente. En este estudio graban también grupos musicales indígenas y zapatistas que luego son difundidos en las emisiones, se realizan programas especiales con la historia del EZLN, la historia de México o programas de tipo educativo.

«Hermanos todos. A nombre del Comité Clandestino Revolucionario Indígena, Comandancia General del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, les damos la cordial bienvenida a este lugar de encuentro de todos los mundos, uno de los rincones dignos de nuestra patria, llamado hoy ‹caracol de la resistencia y rebeldía por la humanidad›. (...) Deseamos de todo corazón que puedan sentirse en su casa. Aquí es la casa y el lugar de todos los que sueñan un mundo más justo y más humano donde todos puedan tener un lugar digno hasta el fin de su existencia. Bienvenidos a todos y todas».

Radio Insurgente puede ser cualquier radio que apoye la lucha zapatista, todas y todos los que quieren multiplicar las experiencias que estas mujeres y hombres nos cuentan. Todos y todas los que quieren un mundo justo y digno

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:



RADIOS MINERAS - BOLIVIA

Alfonso Gumucio Dagron. 2001

Nombre: Radios Mineras
País: Bolivia
Año de inauguración: 1949
Énfasis: Organización comunitaria, solidaridad
Lugar: Distritos mineros de Potosí y Oruro
Beneficiarios: Mineros, sociedad boliviana en general
Aliados: Red de 26 emisoras sindicales mineras
Financiamiento: Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB)
Medios: Radio

ANECDOTARIO

Julio de 1980... El golpe militar del General Luis García Meza había triunfado dos semanas antes; muchos fueron asesinados o encarcelados, otros escaparon hacia el exilio. El ejército logró controlar totalmente las ciudades.

El primer objetivo militar fueron los medios de información: todas las radios, los canales de televisión y los diarios fueron clausurados y cuando salieron a la luz nuevamente, fue bajo estricta censura militar. En realidad, no todas las emisoras de radio... La cadena de aproximadamente veinte emisoras de los distritos mineros de Potosí y Oruro, en el altiplano de Bolivia, continuó su transmisión bajo una presión muy grande. Para saber lo que realmente estaba sucediendo en Bolivia después del golpe, la gente buscaba en sus radios la frecuencia de *La Voz del Minero Radio Animas o Radio Pío XII*. Incluso los corresponsales extranjeros basaban en las radios mineras sus despachos noticiosos. El ejército lo sabía, por ello cada día las tropas se acercaban más a los distritos mineros, quebrando poco a poco la resistencia de los trabajadores que defendían sus emisoras con su propia vida.

Una de las últimas emisoras mineras en caer bajo el control militar fue *Radio Animas.* Hasta el último minuto la radio transmitió encadena con *Radio Pío XII* y *Radio Nacional de Huanuni.* Ésta es la trascripción de su dramática transmisión final en directo: *Las tropas estarían aproximadamente a cinco kilómetros de Siete Suyos y muy cerca de Santa Ana... por tanto nos aprestamos a defendernos... La cifra de detenidos alcanza a 31, que han sido trasladados a la ciudad de Tupiza de acuerdo a los informes que han llegado a nuestra redacción... Ésta es Radio Animas para todo el sur del país... Estamos en esta hora crucial, estamos en constante movilización, las señoras amas de casa también han coadyuvado grandemente en la preparación de la defensa... Estaremos hasta las últimas consecuencias compañeros, porque ésa es nuestra misión, defendernos..*

Eso fue cerca del final. Minutos más tarde se escucharon disparos a través de Radio Animas. Lo último que el locutor logró transmitir fue un mensaje a las otras emisoras para que tomaran la señal y continuaran con las transmisiones en directo de la cadena minera. Otras continuaron hasta que el ejército acalló la última, destruyendo los equipos y matando a quienes defendían su derecho a la comunicación.

DESCRIPCIÓN

La Voz del Minero, Radio Vanguardia de Colquiri, Radio Animas, Radio 21 de Diciembre, Radio Nacional de Huanunison... son algunas de las emisoras de radio creadas, financiadas y controladas por los trabajadores mineros de Bolivia.

Todo comenzó hacia 1949, con una emisora que se instaló en el distrito minero de Catavi. Durante los siguientes 15 años, otros distritos siguieron el ejemplo: com-

praron equipos, capacitaron a gente joven de los campamentos, y los propios trabajadores financiaron la experiencia entregando un porcentaje de su salario para sostener las emisoras de radio.

Las radios empezaron de manera precaria, equipadas con lo mínimo necesario. Algunas lograron obtener apoyo internacional y se convirtieron en emisoras más sofisticadas, con mejores equipos e instalaciones. Varias edificaron incluso un salón de actos junto a la emisora, para poder transmitir en directo las reuniones sindicales. *Radio Vanguardia* decoró su salón con un gran mural que narra la historia del centro minero de Colquiri. Una escena en el mural describe los bombardeos de aviones de la Fuerza Aérea Boliviana en 1967, cuando el país estaba sometido a una dictadura militar.

A principios de los años 70 había 26 emisoras en funcionamiento, casi todas ellas en los distritos mineros del altiplano de Bolivia. Por entonces, los sindicatos de mineros eran todavía muy importantes, considerados como la vanguardia política en América Latina.

En tiempos de paz y democracia *–que no eran los más frecuentes–* las radios mineras se integraban en la vida cotidiana de las comunidades. Fungían eficientemente como alternativas de los servicios de teléfono y correo. La gente de los centros mineros recibía su correspondencia a través de la radio y enviaba mensajes de toda suerte, que eran leídos varias veces al día: convocatorias para las asambleas del Comité de Amas de Casa, mensajes de los dirigentes sindicales sobre sus negociaciones con el Gobierno en la capital, mensajes de amor entre jóvenes, invitaciones para asistir a una nueva obra del grupo teatral *Nuevos Horizontes* (que hacía sus representaciones sobre la plataforma de un camión, bajo la iluminación improvisada de las lámparas de los cascos mineros), actividades deportivas, entierros, nacimientos y festividades locales.

En momentos de conflicto político, las radios sindicales se convertían en la única fuente de información confiable. Mientras los militares atacaban periódicos, y estaciones de radio y televisión en las ciudades, la única información disponible llegaba a través de las radios mineras. Todas ellas se unían en la "cadena minera" hasta que el ejército penetró en los distritos mineros y tomó por asalto las instalaciones, defendidas hasta el último momento por los trabajadores. Una película de Jorge Sanjinés, El Coraje del Pueblo, reconstruye el ataque del ejército en junio de 1967 en el distrito minero de Siglo XX y la toma de la radio sindical.

Durante las crisis políticas las radios mineras en cadena transmitían informes sobre la situación del país. También se unían en cadena en tiempos de paz para transmitir eventos deportivos que tenían lugar en los centros mineros. Aparte de ello, cada emisora tenía absoluta independencia de las otras.

Las radios mineras fueron importantes en la medida en que los mineros eran importantes en la economía y en la política de Bolivia. Pero también la influencia de los mineros creció durante las décadas en que tuvieron a su disposición este poderoso medio de comunicación para expresar sus ideas. A medida que la importancia de la minería declinó en los años 80, los sindicatos se debilitaron y muchas de las emisoras desaparecieron, al mismo tiempo que se cerraron las minas.

CONTEXTO Y ANTECEDENTES

La minería era fundamental en Bolivia mucho antes de que el país alcanzara su independencia en 1825. Cuando los conquistadores españoles comenzaron a explotar la plata de Potosí en el siglo XVII nunca imaginaron que había tal cantidad

debajo de la "montaña de plata". Las exportaciones de Bolivia estuvieron fundamentalmente basadas en la plata y luego en el estaño, hasta que la economía del país se transformó en las últimas décadas del Siglo XX.

Durante tres siglos la plata extraída de Potosí fue llevada a España, hasta que la montaña perdió su forma original y se desmoronó paulatinamente. Se ha escrito que seis millones de indios aymara y quechua, más un número considerable de esclavos africanos, perdieron la vida en las minas durante ese período. Potosí era entonces una de las grandes urbes del mundo occidental. En 1625 tenía una población mayor que Londres o París, y más iglesias que cualquier otra ciudad del nuevo mundo. Aunque aislada en el altiplano, a 4.200 metros de altitud, en Potosí podían encontrarse los más lujosos bienes importados desde Europa.

Desde la independencia de Bolivia en 1825 hasta mediados de los años setenta la minería continuó siendo la principal actividad económica generadora de ingresos.

La plata se hizo gradualmente menos importante, pero el país se convirtió en el segundo productor mundial de estaño. A mediados de los años cincuenta los minerales representaban el 70% de las exportaciones.

Unos cuantos miles de trabajadores de los centros mineros tenían sobre sus hombros la responsabilidad de sostener la economía del país y sus cinco millones de habitantes. Ningún gobierno podía permitirse ignorar la opinión política de los mineros, más aún cuando sus sindicatos tenían fama de ser los más democráticos y políticamente más avanzados de América Latina.

IMPACTO SOCIAL

Las emisoras de radio jugaron un papel preponderante en el fortalecimiento de los sindicatos mineros en la lucha por la unidad. Todos los sindicatos estaban afiliados a la Federación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia (FSTMB), que durante cuatro décadas (1946 a1986) fue la vanguardia de la poderosa Central Obrera Boliviana (COB). No es simple coincidencia que los sindicatos y las emisoras de radio compartían locales en la mayor parte de los distritos mineros, y que el Secretario de Cultura del sindicato fungía generalmente como director de la emisora de radio.

El impacto social de las emisoras de radio de las minas fue también importante en el proceso de construcción de una identidad cultural en los centros mineros y en las comunidades campesinas aledañas. Diariamente, las radios mineras estaban abiertas a la participación. Las visitas a las emisoras eran muy frecuentes, cada vez que la gente necesitaba expresarse sobre cualquier tema que afectaba su vida.

Lo más innovador en la experiencia de las radios mineras de Bolivia es la participación comunitaria. Las características de esa participación constituían un hecho revolucionario en los años cincuenta, como lo son todavía hoy. Muy pocas experiencias de comunicación participativa han alcanzado un nivel de apropiación total de un medio de comunicación en cuanto a la tecnología, la gestión cotidiana, los contenidos y el servicio a la comunidad.

Uno de los aspectos más interesantes es el de la capacitación. Las emisoras mineras dieron lugar a nuevas generaciones de periodistas. La capacitación se hacía por lo general localmente, con el apoyo de otras organizaciones. Algunos periodistas y locutores que comenzaron su actividad profesional en las radios mineras se convirtieron más adelante en conocidos radialistas al emigrar a las ciudades.

MEDIOS Y MÉTODOS

Las radios mineras de Bolivia establecieron los principios de la comunicación participativa aun antes de que el término fuera acuñado.

Las radios mineras eran el ejemplo más avanzado de la comunicación participativa. Fueron concebidas, financiadas y equipadas por los trabajadores mineros, y dirigidas en sus aspectos técnicos y administrativos por los trabajadores, que aprendieron a elaborar los contenidos y a producir los programas localmente.

No hay muchos ejemplos en el mundo donde la comunicación democrática haya representado un papel tan importante simultáneamente en un nivel local y nacional. Tampoco hay muchos ejemplos de experiencias de comunicación enteramente controladas por la comunidad. Si ése no hubiera sido el caso, las emisoras mineras no habrían tenido la influencia política y social que tuvieron en Bolivia.

OBSTÁCULOS

Aunque las radios mineras estaban orientadas por la ideología de los sindicatos, ello no representó un obstáculo para la participación en la medida en que estos reflejaban la voluntad de los trabajadores. En los puestos de responsabilidad del sindicato eran elegidos dirigentes de diferentes partidos políticos, pero ninguno de ellos pretendía romper el sentido de unidad que se reflejaba en los programas de radio.

El verdadero desafío de las radios mineras fue la represión política, la misma que afectaba a la clase minera en su conjunto. Algunas emisoras fueron destruidas por el ejército seis o siete veces en el curso de su existencia. Varias optaron por preservar en sus muros las huellas de la resistencia: los impactos de bala recibidos. Una y otra vez, los equipos destruidos fueron remplazados por nuevos equipos comprados con el aporte de los trabajadores. Empobrecidos pero dignos, ofrecían un día de su salario a su emisora.

Desde el punto de vista técnico, las radios mineras sufrieron deficiencias materiales. Los equipos de la mayoría de ellas eran muy elementales, aunque suficientes para realizar el trabajo. Cuando los equipos se dañaban eran reparados por técnicos locales que carecían del instrumental necesario pero abundaban en creatividad. La poca capacidad para pagar salarios a productores hizo que la calidad de la programación fuera baja, especialmente en cuanto a los contenidos educativos.

Lo que finalmente hizo que las radios mineras se apagaran en los años 80 fue el cambio abrupto en la economía del país. La minería tradicional dejó de ser central en las exportaciones y el costo de producción del estaño resultaba más alto que el precio internacional. El Gobierno cerró las minas estatales; los trabajadores se trasladaron a las ciudades en busca de empleo, dejando detrás campamentos fantasmas.

La influencia de los sindicatos decreció, y pocas emisoras sobrevivieron la transición hacia el nuevo siglo.

Referencias

Las Radios Mineras de Bolivia, por Alfonso Gumucio Dagron y Lupe Cajías. CIMCA, La Paz, 1989

La Voz del Minero (film) dirigido por Alfonso Gumucio Dagron y Eduardo Barrios. UNESCO, 1984.

Artículos: Las Voces del Coraje: Radios Mineras de Bolivia, por F. Lozada y G. Kúncar(1984). En inglés:
The Bolivian Miners' Radio Stations, por Alan O 'Connor(Ohio State University).

MIS REFLEXIONES SOBRE LA LECTURA SON:

BIBLIOGRAFÍA

Este manual es un pequeño aporte a los textos, historias, investigaciones y experiencias que forman parte de la construcción de la comunicación popular en Mesoamérica y todo América Latina. Algunos de los textos que hemos consultado durante la elaboración del manual, y que recomendamos para quienes también se encuentran en este proceso de construcción:

Manuales de Capacitación de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER):

- La Entrevista
- La Noticia Popular
- El Lenguaje Popular
- Locución
- El Noticiero Popular

Distintos Números de Cara y Señal, publicación mensual de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias – América Latina y el Caribe (AMARC-ALC)

"¿Qué son los Derechos Humanos?", Gustavo Castro, Otros Mundos Chiapas. México, 2008.

"La Encrucijada de las identidades. Mujeres, feminismos y mayanismos en diálogo". Aura Estela Cumes y Ana Sílvia Monzón, compiladoras, Intervida World Alliance. Guatemala 2006.

"Baúl de Recursos para la Comunicación Local", ECO-Educación y Comunicaciones. Santiago de Chile, 1995.

"Reproduce y Rebélate", Josh MacPhee y Favianna Rodríguez, Soft Skull Press. Brooklyn NY, 2008.

"Prensa Popular", Carolina Ramírez, Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario (IMDEC). México, 1984.

“La Palabra y el sentir de las Mujeres Mayas de Kaqla”. Editorial Cholsamaj. Kaqla, Grupo de Mujeres Mayas. Guatemala, 2006

“Qué es el Poder?, en Educación Popular y liderazgo de las mujeres en la construcción de la democracia latinoamericana”, Marcela Lagarde, Red de Educación Popular entre Mujeres. México, 1990.

“Questioning Empowerment: Working with Women in Honduras”, Jo Rowlands, GB: Oxfam. Great Britain, 1997.

“Manual Urgente para Radialistas Apasionadas y Apasionados”, José Ignacio López Vigil. Ecuador, 2004.

“Corte de Caja”, Laura Castellanos y Ricardo Trabulsi. México, 2008.

“Sistema Sexo-Género: Una Guía Metodológica”. Sinú Romo Reza y Greta Papadimitriou, Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal. México, 2004.

“Técnicas de Desinformación, manual para la lectura crítica de la prensa”. Grupo de Aprendizaje Colectivo (GAC) de comunicación popular

“The No Nonsense guide to Indigenous People´s Communication Rights”, World Association of Christian Communicators (WACC). Toronto, Canada, 2009

“El Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo”, Carlos Calabró, Centro de Investigaciones Económicas y Políticas de Acción Comunitaria (CIEPAC). Chiapas, México.

“El ABC del Género”, Norma Vázquez, Asociación Equipo Maíz. El Salvador, 2001.

“Integración real y grupos de poder económico en América Central: Implicaciones para la democracia y el desarrollo de la región”, Alexander Segovia. Costa Rica. 2005.

COMPPA

Comunicadores y Comunicadoras Populares por la Autonomía

En **COMPPA** consideramos que el acceso a la comunicación y a los medios es un derecho humano del cual debemos apropiarnos como una herramienta para la organización de nuestras comunidades y pueblos. Nosotros y nosotras creemos en la construcción de una sociedad en la que se respete el derecho a la comunicación de los diferentes sectores garantizando el acceso a los medios de comunicación en condiciones de igualdad. Para ello es fundamental que sean las comunidades quienes manejen sus propios medios en función de sus intereses y necesidades.

Tomando como base lo anterior, **COMPPA** busca a través de todas las actividades que realiza acompañar y fortalecer las luchas de las organizaciones populares y pueblos indígenas a través de la comunicación popular, participativa y democrática. Principalmente acompañando procesos de formación en comunicación popular, así como el establecimiento de centros de comunicación comunitaria con organizaciones indígenas y populares en la región Mesoamericana.

comppa@comppa.org
www.comppa.org



COMUNICADORES Y COMUNICADORAS
POPULARES POR LA AUTONOMIA



Comunicadores y comunicadoras populares por la autonomía